

**PERANAN KOPI RAKYAT TERHADAP PEREKONOMIAN WILAYAH
KABUPATEN LAMPUNG BARAT**

(Role of Smallholders Coffee to Regional Economic of West Lampung Regency)

Lina Marlina¹, Arya Hadi Dharmawan², Yetti Lis Purnamadewi²

¹ Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No.1
Bandar Lampung 35145, Telp. 081272444765, e-mail: lina.marlina@fp.unila.ac.id

²Institut Pertanian Bogor, Jl Raya Dramaga Km 7, Bogor

ABSTRACT

This study aims to analyze the value chain of coffee commodity, to review and to analyze the economic contribution of coffee to household incomes of coffee farmers and also to assess and to examine the role of coffee plantations sector in supporting the economy of West Lampung Regency. The experiment is conducted in June to July 2013 in Gedung Surian Sub-District, West Lampung Regency. The Respondent are coffee farmers, coffee traders, and women's farming groups. Data analysis includes an economic analysis of coffee smallholders, marketing efficiency analysis and regional analysis. The results are: (1) Coffee commodity chain in the research area is quite long and complicated because the farmers faced many difficulties to sell their coffee directly so farmer as price taker. (2) Coffee sector contributes significantly to overall household income of coffee farmers. Farmers' share of household expenditure for non-food needs, especially tertiary is the highest. (3) Coffee deserves to be developed in West Lampung because it has rapid growth and competitive. Coffee plantation sector also employs more than 20% people and contributed 6,49% to GDP of West Lampung Regency. The existence of additional potential revenue is Rp287.168.700.000,- from the coffee if it was processed in West Lampung.

Key words: economic analysis, coffee smallholders, regional economic, value chain

PENDAHULUAN

Sektor pertanian berperan penting dalam pengembangan ekonomi wilayah Kabupaten Lampung Barat karena merupakan sektor yang memberikan kontribusi terbesar bagi pendapatan domestik bruto (PDRB) Kabupaten Lampung Barat, yakni sebesar 57,21%. Tanaman perkebunan sendiri memberikan kontribusi sebesar 24,82%. Kabupaten Lampung Barat merupakan salah satu kabupaten penghasil komoditas kopi. Tahun 2011 produksinya mencapai 60.713 ton dengan luas 59.859 Ha (BPS Provinsi Lampung 2012). Hal ini menempatkan Kabupaten Lampung Barat sebagai Kabupaten penghasil kopi terbesar di Provinsi Lampung jika dibandingkan dengan kabupaten/kota penghasil kopi lainnya.

Permintaan yang tinggi dari pasar dunia terhadap kopi Indonesia dapat dilihat dari total ekspor kopi (biji dan olahannya) tahun 2010 sebesar 433,6 ribu ton dengan nilai US\$ 814,3 juta yang dipasarkan ke-65 negara tujuan ekspor (Ditjen PPHP Kementan 2012). Kemudian, ekspor kopi Lampung berdasarkan data dari BPS Provinsi Lampung selama lima tahun terakhir (2007-2011) menunjukkan nilai positif. Rata-rata volume ekspor

52,33% dari ekspor seluruh komoditas pertanian dan kehutanan, dengan nilai ekspor rata-rata 28,13%. Tingginya permintaan komoditas kopi Lampung untuk ekspor diharapkan berdampak terhadap peningkatan produksi di dalam negeri dan pendapatan di tingkat petani khususnya pada daerah sentra produksi kopi di Kabupaten Lampung Barat Provinsi Lampung. Peningkatan produksi dan pendapatan petani kopi ini tentunya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan perekonomian wilayah.

Harga kopi yang diterima petani kopi Lampung sangat kecil jika dibandingkan dengan harga eceran di negara pengimpor utama. Hutabarat (2006) memaparkan harga kopi di Lampung hanya 1,8% dari harga eceran di Jepang, 4,1% dari harga eceran di Italia, 5,5% dan 5,7 % dari harga eceran di Jerman dan Amerika Serikat, kemudian di Belanda yakni 6,8%. Nilai persentase yang sangat kecil ini menunjukkan bahwa banyak pihak yang menikmati margin keuntungan usahatani kopi. Panjangnya rantai pemasaran komoditas kopi menyebabkan petani sebagai produsen kopi sangat tergantung pada para pedagang besar akibatnya mereka tidak dapat lagi sebagai penentu harga.

Perkembangan harga pada tingkat petani di Kabupaten Lampung Barat tahun 2012 berdasarkan data Disbun Provinsi Lampung (2012) berada pada kisaran Rp 16.200,- per kilogram. Harga yang diterima petani jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan harga pada tingkat eksportir yang mencapai Rp 19.000,- per kilogramnya. Nainggolan dalam Bakti (2011) menyatakan bahwa kemiskinan petani lebih disebabkan oleh ketidakmampuan petani untuk menentukan harga (*price taker*), tidak seperti pedagang yang mampu menentukan harga output dari produknya (*price maker*).

Sumaryanto dan Sudaryanto (2009) menerangkan, sektor pertanian sebagai sumber pendapatan rumah tangga di pedesaan masih belum mencapai sasaran yang diharapkan. Demikian pula halnya dengan tanaman perkebunan. Periode waktu yang relatif lama bagi komoditas perkebunan untuk memperoleh hasil menyebabkan petani harus mencari alternatif pendapatan di luar usahatani kopi diantaranya dari sektor non pertanian. Meskipun sebagian besar dari kesempatan kerja non pertanian yang dapat diakses penduduk perdesaan adalah di sektor non formal. Dharmawan (2001) dalam Tulak (2009) juga menjelaskan prospek pola nafkah di desa-desa di Indonesia pada masa mendatang akan dicirikan oleh semakin kompleksnya sumber-sumber pendapatan rumah tangga petani dimana terjadinya diversifikasi sumber-sumber pendapatan rumah tangga petani.

Saragih (2011) menyatakan bahwa kopi akan menjadi salah satu komoditas penting dalam perekonomian wilayah dan berdampak langsung bagi kesejahteraan petani. Sebab, hampir seluruhnya (96%) areal kopi secara nasional dikelola oleh rakyat. Artinya, pengembangan kopi akan langsung menyentuh sendi-sendi kehidupan petani di berbagai sentra produksi. Kopi merupakan komoditas unggulan daerah Kabupaten Lampung Barat, sehingga diperlukan upaya pengembangan komoditas kopi tidak hanya sebagai penopang perekonomian daerah, tetapi juga turut membangun perekonomian rakyat.

Menurut Kindangen dan Bahtiar (2010), pada umumnya masyarakat tani masih sulit keluar dari kondisi perolehan nilai produk mereka dan hanya tergantung dari nilai produk primer. Hal ini merupakan indikasi terjadinya kebocoran wilayah yang menyebabkan terjadinya *back-wash effect* di Kabupaten Lampung Barat, dimana sumberdaya

yang ada yaitu kopi mengalir keluar daerah dan tidak memberikan manfaat ke daerah tersebut. Padahal, Kabupaten Lampung Barat merupakan sentra perkebunan kopi di Provinsi Lampung. *Back-wash effect* ini dapat memperparah lingkaran kemiskinan di suatu daerah (Rustiadi *et al* 2011).

Permasalahan yang perlu segera ditangani dalam pengelolaan sektor perkebunan kopi di Kabupaten Lampung Barat antara lain, bagaimanakah rantai nilai komoditas kopi di Kabupaten Lampung Barat?, seberapa besarkah ekonomi kopi menyumbang pendapatan kepada rumah tangga petani kopi di Kabupaten Lampung Barat, dan sejauhmana sektor perkebunan kopi rakyat mendukung perekonomian Kabupaten Lampung Barat?. Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis rantai nilai komoditas kopi, (2) mengkaji dan menganalisis sumbangan ekonomi kopi terhadap pendapatan rumah tangga petani kopi, dan (3) menilai dan mengkaji peran sektor perkebunan kopi rakyat dalam mendukung perekonomian Kabupaten Lampung Barat.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni hingga Juli 2013. Lokasi penelitian berada di Kecamatan Gedung Surian, Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung. Responden dalam penelitian ini adalah 60 orang petani kopi, pedagang yang terlibat dalam pemasaran kopi, dan kelompok wanita tani. Tahap penentuan sampel petani sebagai berikut: Pertama, pemilihan wilayah penelitian yaitu Kecamatan Gedung Surian (salah satu daerah sentra kopi). Kedua, pemilihan desa/pekon yaitu: Pekon Trimulyo dan Pekon Puramekar (pertimbangan: lokasi, akses terhadap pasar, dan sosial budaya). Ketiga, pemilihan 60 orang responden petani kopi yaitu: 30 orang dari pekon Tri Mulyo, 30 orang dari pekon Puramekar (pertimbangan: jumlah petani kopi terbanyak). Keempat, pemilihan 7 orang responden pedagang meliputi pedagang perantara dan pengumpul (pertimbangan: quota sesuai kebutuhan). Kelima, pemilihan 2 kelompok wanita tani (pertimbangan: skala usaha besar dan kecil).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui survei langsung di lapangan melalui teknik wawancara Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan dan data beberapa instansi terkait.

Analisis data yang digunakan dalam menjawab tujuan penelitian meliputi analisis ekonomi kopi rakyat, analisis efisiensi pemasaran dan analisis kewilayahan.

Analisis Ekonomi Kopi Rakyat

1. Pendapatan usahatani, untuk melihat pendapatan yang diperoleh petani kopi selama satu musim. Pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya (Soekartawi 2006) Dengan demikian:

$$Pd = TR - TC \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

Pd = Pendapatan usahatani
TR = Total penerimaan
TC = Total biaya

2. Struktur pendapatan rumah tangga petani

Sadikin dan Subagyo (2009) menjelaskan bahwa struktur pendapatan rumah tangga petani menunjukkan sumber-sumber utama keluarga petani dari sektor mana saja dan seberapa besar kontribusi setiap subsektor ekonomi dapat membentuk besaran total pendapatan keluarga petani. Selanjutnya secara sederhana struktur pendapatan rumah tangga petani dari sektor pertanian menurut Nurmanaf (2005) dan Sudana *et al.* (2007) masih dalam Sadikin dan Subagyo (2009) dapat ditentukan sebagai berikut :

$$PPSP = \sum \left(\frac{TPSP}{TP} \right) \times 100\% \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

PPSP = pangsa pendapatan sektor pertanian (%)
TPSP = Total pendapatan dari sektor pertanian (Rp/th)
TP = Total pendapatan rumah tangga petani

3. Struktur pengeluaran rumah tangga petani

Menurut Sadikin dan Subagyo (2009), semakin besar pangsa pengeluaran untuk pangan, menunjukkan bahwa pendapatan rumah tangga masih terkonsentrasi untuk memenuhi kebutuhan dasar (subsisten). Kemudian secara sederhana pangsa

pengeluaran untuk pangan dapat dihitung sebagai berikut:

$$PEP = \sum \left(\frac{PEN}{TE} \right) \times 100\% \dots\dots\dots(3)$$

dimana:

PEP = Pangsa pengeluaran untuk pangan (%)
PEN = Pengeluaran untuk pangan (Rp/th)
TE = Total pengeluaran rumah tangga petani (Rp/th)

Analisis Efisiensi Pemasaran

1. Margin pemasaran

Mayrowani dan Darwis (2009) menjelaskan bahwa margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Sehingga dalam perhitungan margin pemasaran digunakan rumus:

$$\begin{aligned} Mm &= Pe - Pf \\ Mm &= Ps - Pb \dots\dots\dots(4) \end{aligned}$$

Keterangan:

Mm = Margin pemasaran
Pe = Harga di tingkat kelembagaan pemasaran
Pf = Harga di tingkat petani
Ps = Harga jual pada setiap tingkat lembaga pemasaran
Pb = Harga beli pada setiap tingkat lembaga pemasaran

2. Farmer's share

Untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani kopi menggunakan perhitungan *farmer's share*, maka digunakan rumus sebagai berikut (Kusuma *et al.* 2013)):

$$SPf = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

SPf = Bagian yang diterima petani
Pr = Harga jual ditingkat petani (Rp/Kg)
Pf = Harga jual ditingkat konsumen (Rp/Kg)

3. Struktur pasar

Analisis secara deskriptif dengan mengidentifikasi jumlah penjual dan pembeli yang terlibat, sifat produk yang dipasarkan, mudah tidaknya untuk mengetahui informasi pasar, dan mudah tidaknya keluar masuk pasar.

2. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif untuk menalisis dari data-data yang ada beberapa hal berikut ini:

- Kontribusi kopi terhadap pembentukan PDRB
- Kopi dan kesempatan kerja
- Efek dampak balik (*feed back*)

Analisis Kewilayahan

1. Analisis shift share

(Rustiadi *et al.* 2011) menjelaskan, untuk melihat potensi pertumbuhan produksi sektoral dari suatu kawasan/wilayah, dapat menggunakan *shift share analysis* (SSA). Pada prinsipnya, menurut Daryanto dan Hafizrianda (2010) SSA berusaha untuk memecah atau mendekomposisi besaran deviasi (selisih) antara nilai tambah (menggunakan pendekatan nilai tambah) pada tahun ke-*t* dengan nilai tambah pada tahun dasar. Jika dituangkan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$\Delta Y_{ij} = PR_{ij} + PPP_{ij} + PPW_{ij}$ (6),
secara rinci dapat dituliskan:

$Y'_{ij} - Y_{ij} = \Delta Y_{ij} = Y_{ij} (R_{a-1}) + Y_{ij} (R_i - R_a) + Y_{ij} (r_i - R_i)$ (7)

ΔY_{ij} = Perubahan dalam pendapatan subsektor pertanian ke-*i* pada wilayah ke-*i*

Y_{ij} = PDRB subsektor pertanian ke-*i* pada provinsi ke-*i* pada tahun dasar analisis

Y'_{ij} = PDRB subsektor pertanian ke-*i* pada provinsi ke-*i* pada tahun akhir analisis

Y_i = PDRB subsektor pertanian ke-*i* diseluruh wilayah penelitian tahun dasar analisis

Y'_i = PDRB subsektor pertanian ke-*i* diseluruh wilayah penelitian tahun akhir analisis

$Y_{..}$ = PDRB seluruh subsektor pertanian pada tahun dasar analisis

$Y'_{..}$ = PDRB seluruh subsektor pertanian pada tahun dasar analisis

R_a = $Y'_{..} / Y_{..}$

R_i = Y'_i / Y_i

r_i = Y'_{ij} / Y_{ij}

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rantai Nilai Komoditas Kopi

Terdapat beberapa lembaga pemasaran dalam pemasaran kopi di wilayah penelitian. Pertama, yang berfungsi mengambil langsung ke petani yang dalam bahasa setempat (semende) disebut “cingkau kawé” atau pedagang perantara. Kedua, pedagang pengumpul I yang berfungsi membeli barang secara dikumpulkan baik dari produsen maupun pedagang perantara dengan skala relatif lebih besar dari pedagang perantara. Ketiga, pedagang pengumpul II yang berfungsi membeli barang secara dikumpulkan baik dari produsen, pedagang perantara maupun dari pedagang pengumpul I dengan skala relatif lebih besar dari pedagang pengumpul II. Keempat, Pedagang besar yang memiliki skala usaha yang lebih besar daripada pedagang pengumpul I dan II. Pedagang besar disini dapat juga berupa perwakilan perusahaan atau eksportir di tingkat kabupaten. Saluran pemasaran kopi di wilayah penelitian seperti pada Gambar 1.

Saluran pemasaran pada tiap kategori luas lahan pada umumnya sama. Petani berlahan sempit, sedang, dan luas ada yang menjual langsung kepada pedagang pengumpul maupun langsung dengan pedagang besar. Petani kopi di wilayah penelitian memiliki kebebasan menjual hasil usahatani kopinya yang langsung ke pedagang pengumpul I, pengumpul II, atau melalui pedagang perantara (*cingkau kawé*). Karena berbagai pertimbangan terkadang petani tidak dapat menjual langsung ke pedagang besar, sehingga seringkali petani menjual kepada pedagang perantara maupun pedagang pengumpul. Sebagian petani kopi memiliki kebun kopi di daerah HKM yang letaknya di daerah pegunungan dan cukup jauh dari pusat desa, oleh karenanya faktor jarak, biaya transportasi yang mahal dan sulitnya transportasi, serta infrastruktur jalan yang jauh kurang mendukung, terkadang menjadi kendala dalam pemasaran kopi sehingga kemudian petani menjual

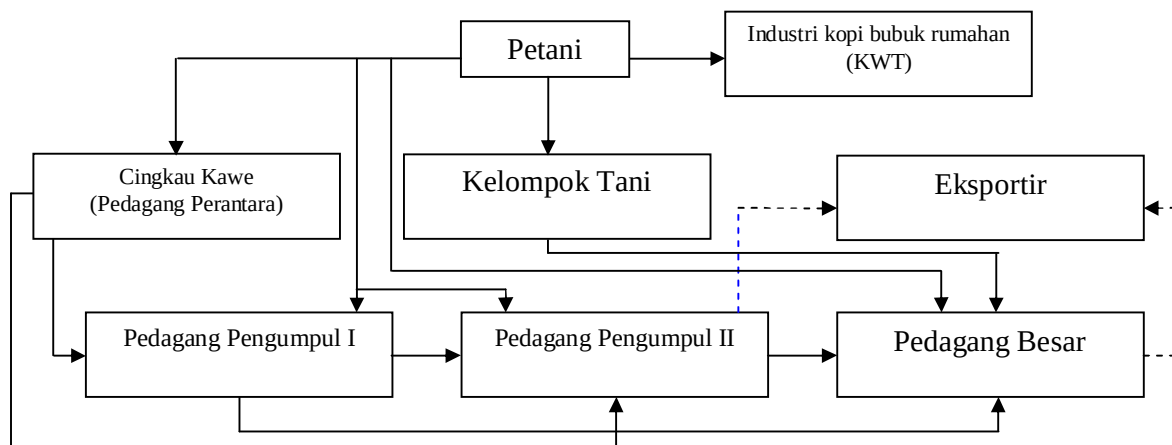
kepada pedagang perantara atau “*cingkau kawé*” yang dirasakan lebih praktis.

Petani yang menjual kepada pedagang pengumpul baik ke pedagang pengumpul I maupun II biasanya karena adanya suatu ikatan, mereka merupakan salah satu mata rantai perdagangan kopi yang terdekat dengan petani (baik dari aspek kedekatan emosional dan tempat), dengan menjual hasil kepada mereka, petani dapat diberikan pinjaman untuk memenuhi kebutuhan seperti pembelian input dan kebutuhan sehari-hari petani. Pedagang pengumpul bersedia memberikan pinjaman kepada petani agar mereka dapat mengikat petani sehingga stok kopi tetap terjaga.

Dharmawan menyatakan adanya hubungan permodalan yang tidak tergoyahkan antara pengijon atau rentenir dengan petani kecil di pedesaan yang sangat kontroversial karena terbangunnya jejaring keamanan sosial nafkah di

atas landasan saling kepercayaan yang kuat diantara mereka. Bagi petani, biaya transaksi yang mahal masih *reasonable* selama kehadiran pengijon dan rentenir tidak dapat digantikan oleh lembaga manapun yang mampu memberikan “rasa aman” yang setara bagi petani.

Keterikatan ini menyebabkan petani tidak memiliki posisi tawar yang tinggi sehingga terpaksa harus menerima harga yang telah ditetapkan para pedagang. Selain itu, pedagang terkadang menurunkan standar harga dari yang seharusnya. Sedangkan apabila petani tidak terikat dengan para pedagang bisa melakukan proses tawar menawar sekitar Rp100,- hingga Rp 200,- per kilogramnya. Rendahnya harga yang diterima petani selain karena akibat keterikatan tersebut juga karena sering petani menjual kopi dengan kadar air yang tinggi akibat kebutuhan yang mendesak terutama di awal musim panen.



Gambar 1. Saluran pemasaran kopi di Kecamatan Gedung Surian
Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dari survei terhadap para pedagang kopi di wilayah penelitian, para pedagang kopi ini mendapatkan untung yang besar dari perdagangan kopi baik di level pedagang perantara skala kecil (*cingkau kawé*) hingga pedagang besar. Keuntungan yang diperoleh dengan memainkan harga berdasarkan harga basis. Eksportir memberikan harga basis kepada pedagang besar, kopi dengan kadar air tertentu akan dihargai tertentu pula.

Selain menerima penjualan dari petani, pedagang besar juga menerima dari pedagang perantara (*cingkau kawé*), pedagang pengumpul I dan pedagang pengumpul II. Pedagang pengumpul

yang menjual kopi kepada pedagang besar harga tergantung dengan pedagang besar tersebut. Terkadang pedagang perantara dan pengumpul menjual kopi tidak hanya kepada satu atau dua pedagang besar.

Hal ini dapat menjadi kendala karena berarti pedagang tidak memiliki keterikatan khusus dengan salah satu pedagang besar maka akan ada perbedaan harga basis yang diterapkan antara yang selalu, kadang-kadang dan jarang. Untuk pedagang pengumpul yang selalu menjual kepada pedagang besar akan diberikan harga basis lebih tinggi dibandingkan dengan yang kadang-kadang dan jarang.

Marjin pemasaran

Marjin pemasaran merupakan analisis yang digunakan untuk melihat perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah diperoleh informasi bahwa petani biasanya menjual kopi tidak secara langsung karena pada umumnya waktu panen dilakukan sebanyak tiga kali, tahap satu, dua, dan tiga. Pada panen tahap pertama petani menjual kopi dengan kadar air yang tinggi sehingga diperoleh harga yang rendah serta kualitas rendah akibat dilakukan kilang untuk mempercepat pengeringan. Sedangkan untuk panen kedua dan ketiga pengolahan kopi lebih baik sehingga diperoleh kopi dengan kualitas baik dengan harga jual yang tinggi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilihat harga rata-rata di tingkat petani adalah Rp 16.000,-/kg.

Berdasarkan Tabel 1 (lampiran) diketahui bahwa biaya pemasaran setiap lembaga pemasaran berbeda dengan selisih sekitar Rp200,-. Biaya pemasaran tertinggi pada Pedagang Besar sebesar Rp 647,- per kilogram kopi, sedangkan terendah pada tingkat Pedagang Perantara yaitu sebesar Rp55,- per kilogram kopi. Tingginya biaya pada Pedagang Besar karena volume penjualannya besar sehingga diperlukan biaya terutama untuk tenaga kerja, biaya angkutan ke luar kabupaten, dan retribusi yang tinggi. Biaya retribusi ini menjadi tinggi karena banyaknya pungutan-pungutan liar agar pemasaran kopi dapat berjalan dengan lancar.

Selanjutnya, pedagang pengumpul dengan standar Rp17.025,- per kilogram untuk kadar air 20 menerima kopi dari petani. Apabila petani dengan kopi berkadar air di bawah 20 (14-19) harga tetap pada kadar air 20, disinilah yang menjadi kelemahan petani yang kurang memiliki pengetahuan mengenai kadar air dengan tepat. Sebaliknya, ini menjadi keuntungan bagi pedagang pengumpul karena adanya perbedaan harga. Kemudian pedagang pengumpul juga bermain harga pada kadar air petani berdasarkan harga basis. Caranya adalah membeli kopi yang agak basah misalnya kadar air 23-25 yang harganya rendah kemudian dicampur dengan kopi yang kering berkadar air 18 dengan komposisi 1:100 sehingga ketika dijual kadar air menjadi lebih rendah sehingga diperoleh keuntungan. Pedagang pengumpul juga melihat perubahan harga, kopi disimpan untuk kemudian dijual saat harga naik.

Pedagang besar mengambil keuntungan dari harga basis yang ditetapkan dari eksportir, kemudian permainan dalam pengukuran kadar air misalnya kadar air 18 menjadi 19. Selain itu, keuntungan juga diperoleh dari kopi asalan yaitu kopi yang pecah, ukuran kecil, dan hitam yang tidak memenuhi kriteria. Kopi inilah yang kemudian juga dijual ke eksportir dan nantinya untuk diolah menjadi kopi instan. Sedangkan Cingkau kawé mengambil kopi dengan cara berkeliling mendatangi petani di perkebunan yang jauh dari peukiman penduduk, keuntungan diperoleh dari selisih harga dan biaya angkut. Sebagai contoh, harga dari pedagang pengumpul adalah Rp 17.025,- per kilogramnya maka pedagang perantara membeli kopi dengan selisih Rp 100 - Rp 200,- per kilogramnya.

Perilaku para pedagang dalam membeli kopi ini dalam pandangan Amir (2005) merupakan pernak-pernik yang dapat terjadi jika produsen dan salurannya berhubungan. Kadang penuh intrik, tipu daya, dan konflik. Namun disisi lain ada yang penuh percaya dan saling membantu.

Farmer's share

Analisis Farmer's share merupakan indikator penting untuk mengetahui perbandingan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima petani. Semakin tinggi bagian harga yang diterima petani, maka pemasaran dapat dikatakan efisien. Harga ditingkat konsumen atau harga jual eksportir per kilogramnya adalah Rp21.300,-. Sedangkan harga rata-rata kopi ditingkat petani adalah Rp16.000,- per kilogramnya.

Bagian yang diterima petani dalam pemasaran kopi adalah 75,12% yaitu perbandingan harga yang diterima petani dengan harga jual ditingkat pengecer. Ini menunjukkan bahwa pasar kopi telah efisien. Meskipun persentase yang besar menyatakan bahwa pasar telah efisien namun bagian yang diterima petani ini belum merupakan penerimaan bersih karena belum dikurangi dengan ongkos dan biaya pemeliharaan.

Efisien atau tidaknya pemasaran kopi di suatu wilayah juga dapat dilihat dengan menghitung share biaya pemasaran dan share keuntungan pemasaran. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai share biaya dan keuntungan serta rasio seperti yang tertera pada tabel berikut:

Dari tabel di atas terlihat bahwa rasio share keuntungan terhadap biaya paling tinggi ada pada pedagang besar yaitu 3,36. Meskipun begitu nilai hasil rasio share keuntungan dengan biaya pemasaran pada tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kopi cukup merata maka diperoleh kesimpulan bahwa sistem pemasaran kopi di Kecamatan Gedung Surian cukup efisien.

Struktur pasar

Sebagian besar penduduk di daerah penelitian merupakan petani kopi, sehingga dapat dipastikan bahwa penjual kopi di daerah penelitian banyak jumlahnya. Petani dapat menjual kopi kepada pedagang manapun, namun kenyataannya petani tidak dapat dengan bebas menjual kopi karena petani terikat hutang dengan pedagang kopi, dan jika petani tidak rutin menjual kopi ke pedagang tertentu akan sulit dikemudian hari untuk petani meminjam uang jika ada keperluan mendesak.

Pedagang perantara atau cinkau kawé merupakan personal yang mencari kopi dengan mendatangi langsung ke petani. Menjadi cinkau kawé mudah saja dilakukan asalkan punya modal dan mau mencari petani yang menjual kopi. Sedangkan pedagang pengumpul selain harus memiliki modal awal dan biasanya telah memiliki relasi yang luas dan kedekatan personal dengan petani maupun cinkau kawé sehingga mudah memperoleh kopi. Untuk memulai baru menjadi pedagang pengumpul agak sulit terkendala relasi. Pedagang perantara dan pedagang pengumpul tersebar hampir diseluruh pekon yang jumlahnya bisa lebih dari dua orang.

Jumlah pedagang besar lebih sedikit dibandingkan dengan pedagang perantara dan pedagang pengumpul karena selain harus memiliki modal yang besar karena skala usahanya yang juga besar, pedagang pengumpul juga harus memiliki relasi dengan eksportir karena persediaan kopi yang ada dikirimkan langsung ke gudang eksportir di luar kabupaten. Biasanya ada satu pedagang besar di setiap pekon dengan volume penjualan mencapai 4000 ton. Para pedagang besar ini telah merintis usahanya sejak lama bahkan telah dilakukan secara turun temurun.

Penentuan harga basis oleh para pedagang pada umumnya merujuk pada harga yang ditetapkan eksportir. Menurut sumber di lapangan, para pedagang besar agak sulit berpindah ke eksportir lainnya karena dinyatakan ada persatuan di antara

eksportir dalam menetapkan harga. Oleh karenanya biasanya para pedagang besar sudah menjalin kerjasama dengan para eksportir.

Jika melihat pola pemasaran kopi di Kecamatan Gedung Surian, maka struktur pasar yang terjadi disana adalah struktur pasar oligopsoni di mana terdapat beberapa pembeli kopi yaitu pedagang perantara, pedagang pengumpul, dan pedagang besar.

Hal ini sesuai dengan pendapat dari Arifin (2007) yang menjelaskan bahwa pasar oligopsoni adalah suatu bentuk pasar yang dikuasai oleh lebih dari dua orang pembeli dengan penawaran dari sejumlah produsen atau penjual.

Setiap pembeli memilih peran yang cukup besar untuk mempengaruhi harga yang dibelinya. Oligopsoni merupakan bentuk pemusatan pembeli merupakan suatu bentuk pasar yang terdiri atas pembeli-pembeli besar dan pembeli-pembeli kecil.

Arifin (2002) juga menjelaskan kondisi ini yang menyebabkan terjadinya kegagalan pasar yang terjadi karena petani tidak mampu menguasai akses ekonomi dalam proses produksi dan pemasaran komoditas. Namun yang paling krusial adalah adanya tingkat ketergantungan secara sosio-psikologis petani kepada para pedagang pengumpul dan pemberi atau peminjam modal usahatani.

Sumbangan Ekonomi Kopi Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Petani Kopi

Pendapatan usahatani

Pendapatan usahatani kopi diperoleh dari selisih antara penerimaan dengan biaya-biaya. Secara lengkap penerimaan, biaya dan pendapatan usahatani kopi di wilayah penelitian berdasarkan kategori luas lahan maka diperoleh seperti pada Tabel 2 (lampiran).

Berdasarkan kategori luas lahan dari tabel di atas dapat digambarkan bahwa pendapatan yang diterima berbeda sekitar Rp15.000.000,-. Petani dengan lahan sempit dalam satu musim menerima pendapatan Rp10.341.972,- sedangkan petani dengan lahan luas dalam satu tahun memperoleh pendapatan bersih Rp50.654.972,-. Hal yang menarik adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani pada masing-masing kategori lahan lebih dari 60 persen penerimaan yang berarti biaya yang

dikeluarkan dalam usahatani kopi cukup besar. Meskipun begitu penerimaan dari usahatani kopi masih lebih tinggi dibandingkan biaya yang harus dikeluarkan, sehingga diperoleh rata-rata pendapatan yang bernilai positif. Ini menunjukkan bahwa usahatani kopi memberikan pendapatan terhadap responden yaitu petani kopi. Pendapatan yang bernilai positif juga berarti bahwa berusahatani tanaman perkebunan khususnya kopi menguntungkan.

Usahatani kopi di daerah penelitian dapat dilihat apakah menguntungkan atau tidak dilihat dari nilai R/C yaitu perbandingan antara penerimaan penjualan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Nilai R/C yang diperoleh adalah 3,15 lebih besar dari 1 yang berarti usaha kopi di Kecamatan Gedung Surian Kabupaten Lampung Barat menguntungkan dan layak dikembangkan. Struktur Pendapatan Rumah Tangga

Usahatani kopi di daerah penelitian menyumbang pendapatan tertinggi terhadap pendapatan total rumah tangga. Gambar *chart pie* dibawah memperlihatkan bahwa usahatani kopi menyumbang 50,02% dari pendapatan total rumah tangga, ini menunjukkan di wilayah penelitian kopi masih merupakan sumber utama mata pencaharian masyarakatnya.

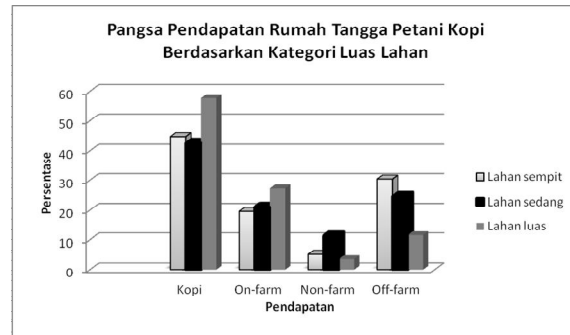


Gambar 1. Pangsa pendapatan dan pengeluaran rumah tangga petani kopi
Sumber: hasil penelitian

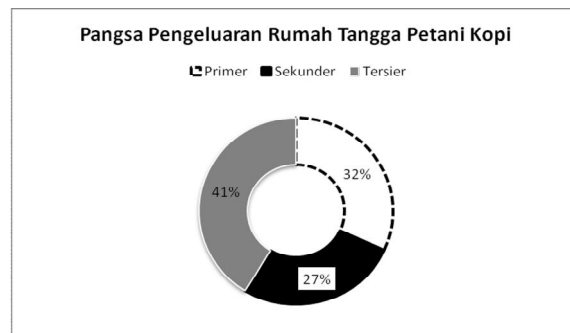
Berdasarkan hasil penelitian juga diperoleh informasi bahwa petani berlahan sempit dan sedang memperoleh alternatif pendapatan dari sektor *off-farm* (luar pertanian), sedangkan petani berlahan luas dari sektor *on-farm* (usahatani selain kopi). Pangsa pendapatan rumah tangga petani kopi dapat dilihat pada Gambar 3.

Sedangkan pangsa pengeluaran untuk konsumsi kebutuhan primer (pangan) sebesar 31,91% dari

rata-rata pengeluaran total rumah tangga. Pangsa pengeluaran untuk kebutuhan non pangan khususnya tersier tertinggi yaitu lebih dari 40%. Tingginya nilai pengeluaran tersier seharusnya menggambarkan bahwa petani kopi telah sejahtera, namun kenyataan di lapangan, sebagian besar dari petani kopi di sana masih mengkonsumsi sumber protein dalam jumlah yang sangat terbatas.

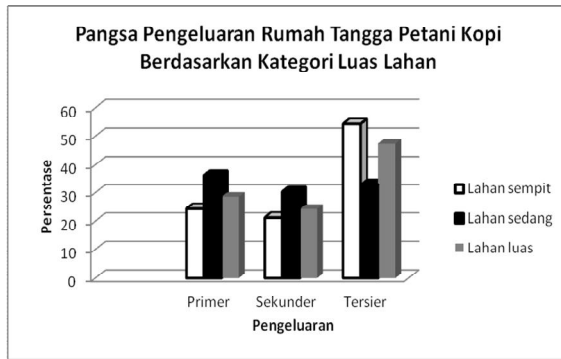


Gambar 2. Pangsa pendapatan dan pengeluaran rumah tangga petani kopi berdasarkan kategori luas lahan
Sumber: hasil penelitian



Gambar 3. Pangsa pengeluaran rumah tangga petani kopi
Sumber: hasil penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani berlahan sempit dan luas pengeluaran rumah tangga terbesar untuk kebutuhan tersier, sedangkan petani dengan luas lahan sedang pengeluaran rumah tangga terbesar untuk memenuhi kebutuhan pangan. Pangsa pengeluaran rumah tangga petani kopi dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pangsa pengeluaran rumah tangga petani kopi berdasarkan kategori luas lahan

Sumber: hasil penelitian

Peran Sektor Perkebunan Kopi Rakyat Dalam Mendukung Perekonomian Kabupaten Lampung Barat.

Analisis potensi pertumbuhan produksi komoditas kopi (Analisis *Shift-Share*)

Potensi pertumbuhan produksi sub sektor perkebunan dan komoditas kopi di Kabupaten Lampung Barat dianalisis menggunakan analisis *shift-share* sehingga diperoleh informasi berikut:

1. Komponen pertumbuhan regional (PR). Berdasarkan komponen PR sektor yang memiliki pertumbuhan yang cepat di Kabupaten Lampung Barat dibandingkan dengan pertumbuhan rata-rata Provinsi Lampung adalah sub sektor tanaman perkebunan yang memiliki angka komponen PR paling tinggi dari seluruh sektor yakni 101.256, menyusul kemudian adalah subsektor tanaman bahan makanan. Sedangkan untuk komoditas yang memiliki nilai komponen PR tertinggi adalah komoditas kopi yaitu 2755. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa untuk memacu pertumbuhan ekonomi regional Kabupaten Lampung Barat yang lebih tinggi di masa mendatang adalah paling tepat dilaksanakan dengan mendorong sub sektor perkebunan khususnya kopi yang lebih besar dibandingkan saat sekarang.
2. Pertumbuhan proporsional (PP). Meskipun sub sektor perkebunan dan komoditas kopi di Kabupaten Lampung Barat tumbuh lebih cepat jika dibandingkan dengan pertumbuhan rata-rata keseluruhan, namun bukan merupakan sektor yang maju, ini terlihat dari angka komponen PP sektor perkebunan yang bernilai

negatif (-30.962) demikian pula dengan komoditas kopi (-973). Secara konseptual menurut Daryanto dan Hafizrianda (2010) hal ini bisa saja terjadi karena adanya perbedaan subsektor dalam permintaan produk akhir, ketersediaan bahan mentah, dan kebijakan industri (misalnya kebijakan pemasaran, kelembagaan, perpajakan, subsidi, *price support* dan lain-lain).

3. Pertumbuhan pangsa wilayah (PPW). Sub sektor perkebunan memiliki angka komponen PPW yang negatif yakni (-41.807), ini menunjukkan bahwa sub sektor perkebunan di Kabupaten Lampung Barat memiliki daya saing yang rendah namun komoditas kopi memiliki nilai PPW positif (2.704) berarti bahwa komoditas kopi memiliki keunggulan kompetitif. Secara ringkas dapat dilihat pada Tabel 3 (lampiran).

Kontribusi kopi dalam pendapatan domestik regional bruto (PDRB)

Share produksi kopi terhadap total produksi perkebunan adalah cukup tinggi yaitu 27,86% dengan nilai Rp102.463,05 (juta rupiah). Kemudian 11,02% share kopi terhadap sektor pertanian dan share kopi sendiri terhadap PDRB total adalah 6,49%.

Kopi dan kesempatan kerja

Petani merupakan mayoritas pekerjaan yang dilakukan oleh masyarakat di Kabupaten Lampung Barat. Berdasarkan data pada BPS Kabupaten Lampung Barat (2012) dan Disbun Provinsi Lampung (2012), diketahui bahwa total penduduk Kabupaten Lampung Barat 427.773 jiwa, penduduk yang bekerja 245.884 jiwa, penduduk yang bekerja sebagai petani 201.883 jiwa, penduduk yang bekerja sebagai petani kebun totalnya 123.554 jiwa dan jumlah petani kopi adalah 86.058 jiwa. Sehingga, diperoleh informasi sebagai berikut: Pertama, lebih dari 47% dari total penduduk atau 82,10% dari jumlah penduduk yang bekerja memilih mencari nafkah di sektor pertanian. Kedua, sebanyak 61,20% petani atau 28,88% dari total penduduk bekerja sebagai petani kebun. Ketiga, 75% petani kebun atau 20% dari total penduduk merupakan petani kopi. Data ini menunjukkan bahwa sektor pertanian khususnya perkebunan kopi masih merupakan sektor yang mampu memberikan kesempatan kerja yang luas

dan sebagai sumber utama pendapatan bagi masyarakat di Kabupaten Lampung Barat.

Efek Dampak Balik (*Back Wash Effect*)

Kabupaten Lampung Barat sebagai sentral perkebunan kopi di Provinsi Lampung belum memiliki industri pengolahan kopi berskala besar. Sehingga berdampak adanya kebocoran wilayah yang berarti adanya nilai tambah yang hilang disini. Hal ini disebabkan oleh adanya dampak balik yang kuat dari wilayah maju sebagai pusat industri khususnya industri pengolahan kopi yang menyerap aliran bahan mentah (biji kopi) tanpa melalui proses pengolahan. Berdasarkan data dari Disbun Provinsi Lampung (2012) bahwa produksi dari Kabupaten Lampung Barat tahun 2011 sebesar 61.230 ton jika rata-rata margin yang diterima pada tingkat eksportir adalah Rp 1.560,- per kilogramnya maka dapat dihitung:

Economic Value (EV) =

$$61.230.000 \text{ kg} \times \text{Rp } 1.560,- \text{ per kg} = \text{Rp } 95.518.800.000,-$$

Berdasarkan perhitungan di atas berarti ada nilai dari aktivitas ekonomi sebesar Rp 95.518.800.000- pada perdagangan kopi dan jika dibandingkan dengan kopi hasil olahan seperti kopi bubuk, seperti yang dilakukan oleh kelompok wanita tani (KWT) di Kabupaten Lampung Barat maka akan diperoleh suatu nilai tambah dari kopi tersebut. Apabila harga kopi bubuk adalah Rp25.000,- per seperempat kilogramnya, sehingga dapat dihitung:

Economic Value (EV) =

$$15.307.500 \text{ kg} \times \text{Rp } 25.000,- \text{ per kg} = \text{Rp } 382.687.500.000,-$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan apabila kopi tidak mengalami pengolahan di wilayah Kabupaten Lampung Barat maka adanya nilai tambah yang hilang dari kopi sebesar Rp 287.168.700.000,- (Rp 382.687.500.000,- – Rp 95.518.800.000,-).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa rantai komoditas kopi di wilayah penelitian panjang dan rumit sehingga petani sulit untuk menjual langsung komoditas kopi karena sulitnya akses petani serta adanya ikatan sosial dan

ekonomi dengan para pedagang, akibatnya nilai yang diterima oleh petani menjadi rendah karena pada kondisi ini petani hanya sebagai penerima harga. Sektor kopi memberikan sumbangan yang signifikan dalam keseluruhan pendapatan rumah tangga petani kopi. Pangsa pengeluaran rumah tangga petani untuk kebutuhan non pangan khususnya tersier menjadi yang tertinggi. Kopi merupakan komoditas yang layak untuk terus dikembangkan di Kabupaten Lampung Barat karena memiliki pertumbuhan yang cepat dan berdaya saing meskipun bukan merupakan komoditas maju. Sektor perkebunan kopi juga menyerap tenaga kerja lebih dari 20% dan memberikan sumbangan 6,49% terhadap PDRB Kabupaten Lampung Barat. Adanya potensi tambahan pendapatan sebesar Rp 287.168.700.000,- dari hasil kopi jika diolah di wilayah Kabupaten Lampung Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS Provinsi Lampung] Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2012. *Lampung Dalam Angka*. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Bakti IS. 2011. Memiskinkan Petani Kopi. <http://aceh.tribunnews.com/2011/12/05memiskinkan-petani-kopi>. [15 Desember 2012].
- Daryanto YA dan Hafizrianda Y. 2010. *Model-Model Kuantitatif Untuk Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah: Konsep dan Aplikasi*. PT Penerbit IPB Press. Bogor.
- [Disbun Provinsi Lampung] Dinas Perkebunan Provinsi Lampung. 2012. *Statistik Perkebunan* 2011. Disbun Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- [Ditjen PPHP Kementan] Direktorat Jendral Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian. 2012. Peluang besar industri kopi Indonesia. http://agribisnis.deptan.go.id/disp_informasi/1/1/0/1397/peluang_besar_industri_kopi_indonesia.html. [15 Desember 2012].
- Hutabarat B. 2006. Analisis saling pengaruh harga kopi Indonesia dunia. *Jurnal Agro Ekonomi* 4(21) : 21-40.
- [Kemendag] Kementerian Perdagangan. 2012. Peluang dan Potensi Pasar Kopi di Italia. <http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2012/12/08/peluang-dan-potensi-pasar-kopi-di-italia-id0-1354945635.pdf>. [15 Desember 2012].
- Kindangen JG dan Bahtiar. 2010. Penerapan Analisis Rantai Nilai (Value Chain Analysis) Dalam Rangka Akselerasi Pembangunan

- Sektor Pertanian di Sulawesi Utara. *Seminar Regional Inovasi Teknologi Pertanian, Mendukung Program Pembangunan Pertanian Propinsi Sulawesi Utara*. file:///C:/Users/T%20O%20S%20H%20I%20B%20A/Downloads/penerapan%20analisis%20rantai%20nilai%20value%20chain%20analysis%20dalam%20rangka%20akselerasi%20pembangunan%20sektor%20pertanian%20di%20sulawesi%20utara%20(3).pdf. [15 April 2014].
- Kusuma MEW, Utami HD dan Nugroho BA. Marketing Efficiency Analysis Of Chicken's Egg at Karangploso Sub District Malang Regency. <http://fapet.ub.ac.id/wp-content/uploads/2013/04/Analisis-Efisiensi-Pemasaran-Telur-Ayam-Ras-di-Kecamatan-Karangploso-Kabupaten-Malang-.pdf>. [19 Mar 2014].
- Mayrowani H dan Darwis V. 2009. Perspektif Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. *Prosiding Seminar Nasional Dinamika Pembangunan Pertanian dan Perdesaan: Tantangan dan Peluang bagi Peningkatan Kesejahteraan Petani*. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor.
- Rustiadi E, Saefulhakim S dan Panuju DR. 2011. *Perencanaan dan Pengembangan Wilayah*. Crespent Press. Percetakan Pohon Jaya. Yogyakarta.
- Sadikin I dan Subagyo K. 2009. Dinamika Pembangunan Pertanian dan Perdesaan: Kinerja Beberapa Indikator Kesejahteraan Petani Padi Perdesaan Kabupaten Karawang. *Prosiding Seminar Nasional Dinamika Pembangunan Pertanian dan Perdesaan: Tantangan dan Peluang bagi Peningkatan Kesejahteraan Petani*. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor.
- Saragih JR. 2011. Kopi dan Pengembangan Wilayah. http://www.analisadaily.com/news/read/2011/06/06/2856/kopi_dan_pengembangan_wilayah/#.UQ46avL_mSp. [15 Juni 2011].
- Soekartawi. 2006. *Analisis Usahatani*. Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press). Jakarta.
- Sudana W, Sumaryanto, dan Hermanto. 2000. Profil dan Mobilitas Tenaga Kerja Pedesaan di Pedesaan Patanas Jawa dan Luar Jawa. *Prosiding Perspektif Pembangunan Pertanian dan Pedesaan Dalam Era Otonomi Daerah*. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Departemen Pertanian dan Kehutanan. Bogor.
- Sumaryanto dan Sudaryanto. 2009. Perubahan Pendapatan Rumah Tangga Perdesaan: Analisis Data Patanas Tahun 1995 dan 2007. *Prosiding Seminar Nasional Dinamika Pembangunan Pertanian dan Perdesaan: Tantangan dan Peluang bagi Peningkatan Kesejahteraan Petani*. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor.
- Tulak PP. 2009. Analisis Tingkat Kesejahteraan dan Strategi Nafkah Rumahtangga Petani Transmigran (Studi Sosio-Ekonomi Perbandingan di Tiga Kampung di Distrik Masni Kabupaten Manokrawi Provinsi Papua Barat). *Tesis*. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Tabel 1. Marjin Pemasaran

No	Unsur Marjin	Saluran I	Saluran II	Saluran III
		Nilai (Rp/kg)	Nilai (Rp/kg)	Nilai (Rp/kg)
1	Harga jual petani	16.000	16.000	16.000
2	Harga beli pedagang perantara	16.000		
	Biaya	55		
	Keuntungan	145		
	Marjin	200		
	Harga jual	16.200		
3	Harga beli pedagang pengumpul desa	16.200	16.000	
	Biaya	277	277	
	Keuntungan	172	372	
	Marjin	449	649	
	Harga jual	16.649	16.649	
4	Harga beli pedagang pengumpul kecamatan	16.649	16.649	16.000
	Biaya	647	647	647
	Keuntungan	1.504	1.504	2.153
	Marjin	2.151	2.151	2.800
	Harga jual	18.800	18.800	18.800
5	Harga beli eksportir	18.800	18.800	18.800
	Marjin	2.500	2.500	2.500
	Harga jual eksportir	21.300	21.300	21.300
	Total Marjin	5.300	5.300	5.300

Tabel 2. Rata-rata pendapatan responden per ha dari usahatani kopi di Kecamatan Gedung Surian berdasarkan luas lahan

No.	Kategori Lahan	Rata-Rata Luas Lahan (ha)	Rata-Rata Harga (Rp/kg)	Penerimaan	Biaya	Pendapatan	R/C	B/C
1.	Sempit	0,6	16.333,-	26.616.666,67	8.843.944,56	17.772.722,11	3,01	2,01
2.	Sedang	1,5	16.016,-	27.268.617,16	8.389.658,32	18.878.958,84	3,25	2,25
3.	Luas	3,6	16.046,-	21.220.344,34	7.168.075,36	14.052.268,98	2,96	1,96

Tabel 3. Analisis Shift-Share sektor perkebunan dan komoditas kopi

Komponen Perubahan	Nilai (Jutaan Rupiah)		Keterangan
	Perkebunan	Kopi	
Pertumbuhan Regional (PR)			
(+) : wilayah tumbuh lebih cepat dibanding pertumbuhan nasional rata-rata	101.256	2.755	Cepat
(--) : wilayah tumbuh lebih lambat disbanding pertumbuhan nasional rata-rata			
Pertumbuhan Proporsional (PP)			
(+) : sektor i (regional) sektor maju, tumbuh lebih cepat daripada ekonomi keseluruhan	-30.962	-973	Tidak Maju
(--) : sektor i sektor lamban			
Pertumbuhan Pangsa Wilayah (PPW)			
(+) : sektor i memiliki daya saing di suatu wilayah dibanding sektor yang sama pada wilayah pembandingan	-41.807	2.704	Berdaya Saing