

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan di Indonesia diarahkan untuk mewujudkan pertanian yang tangguh dan mandiri yang dicirikan oleh kemampuan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, kesejahteraan petani, dan keluarganya. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, diperlukan suatu usaha yang kongkrit terutama dalam pengembangan sumber daya manusia. Hal ini diarahkan untuk memberikan nilai tambah pada komoditi perkebunan yang dihasilkan oleh petani, melalui upaya-upaya pemilihan jenis komoditi yang menguntungkan, pengolahan hasil perkebunan yang baik dan memenuhi standar mutu, serta pemasaran hasil perkebunan yang efektif dan efisien.

Indonesia adalah salah satu negara agraris yang terkenal, dan memiliki potensi yang sangat besar di bidang pertanian. Salah satu bidang pertanian adalah perkebunan yang selama ini telah memberikan andil yang cukup besar dalam menghasilkan devisa bagi negara serta meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan hidup petani. Contoh komoditi perkebunan tersebut adalah kopi.

Pada tahun 1997, Indonesia termasuk produsen kopi terbesar ke-3 di dunia setelah Brasil dan Colombia. Namun pada tahun 2001 posisi ke-3 direbut oleh Vietnam, dan Indonesia menempati urutan ke-4. Ini mencerminkan betapa ketat persaingan dalam memproduksi kopi sebagai komoditas ekonomi.

Kopi telah menjadi salah satu komoditi ekspor penting artinya sebagai penghidupan berjuta-juta petani kopi dan para pengusaha yang berhubungan dengan tataniaga kopi, juga karyawan-karyawan perkebunan kopi serta masyarakat eksportir kopi. Investasi yang dipertaruhkan dalam usaha perkopian Indonesia tidak kecil, termasuk dana-dana bank untuk kredit bagi petani kopi, guna peremajaan dan perluasan lahan tanaman kopi di tahun-tahun terakhir ini. Bidang kopi telah menjadi bidang penting bagi perekonomian beberapa propinsi penghasil kopi.

Sampai saat ini kopi masih menimbulkan konflik kepentingan, baik di bidang produksi maupun pemasarannya. Turunnya harga kopi akibat surplus produksi di pasar dunia tidak senantiasa mengurangi jumlah ekspor kopi Indonesia. Padahal harga yang diterima petani di dalam negeri jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga di pasar dunia. Para eksportir kopi tetap mempertahankan eksistensinya di arena perdagangan kopi dunia meskipun dengan cara mengimpor kopi dalam rangka menutup kontrak ekspor (Warta Pusat Penelitian Kopi, 2003).

Perkopian Indonesia baik luas areal maupun produksi, didominasi oleh perkebunan rakyat, sedangkan sisanya adalah perkebunan besar milik swasta dan negara. Gambaran tentang luas areal tanaman dan produksi kopi selama 5 tahun terakhir, dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini :

Tabel I.1. Luas Tanaman dan Produksi Kopi Indonesia 1998-2002

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
Luas lahan (000 ha)					
Perkebunan Rakyat	1068,1	1059,2	1321,9	1327,0	1327,0
Perkebunan Besar	62,5	63,2	63,2	62,9	62,9
Jumlah	1130,6	1122,4	1389,9	1389,9	1389,9
Produksi (000/ton)					
Perkebunan Rakyat	469,7	493,9	585,2	582,3	583,2
Perkebunan Besar	28,5	27,5	28,3	27,2	26,9
Jumlah	498,2	521,4	613,5	609,5	610,1

Sumber : BPS Jogjakarta 2002

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa luas lahan dan produksi terbesar adalah perkebunan rakyat. Dengan melihat perkembangan luas lahan dan produksi kopi tersebut, akan sangat mungkin adanya pertambahan luas di tahun-tahun yang akan datang. Diperkirakan sebagian besar dari perkebunan kopi yang ada di Indonesia akan tetap terdiri dari kopi yang dihasilkan dari kebun-kebun kopi rakyat. Dengan demikian tidak menutup kemungkinan, Indonesia sebagai salah satu negara sumber penghasil kopi dunia.

Perkebunan besar kopi terpusat terutama di Jawa Timur, Jawa Tengah, beberapa di daerah Sulawesi Selatan dan propinsi lainnya. Perkebunan-perkebunan besar mengelola hasil kebun di lokasi perkebunannya sampai siap ekspor. Sedangkan sebagian besar petani perkebunan kopi rakyat masih mengelola biji secara sederhana dan dijual kepada pedagang pengumpul yang menjelajah ke desa-desa dan penampung hasil olahan dari petani perkebunan dalam bentuk kopi asalan.

Di Kabupaten Kulon Progo terutama di Kecamatan Samigaluh, kopi robusta menjadi produk unggulan daerah. Dari beberapa komoditi perkebunan yang ada, petani menanam kopi jenis ini, karena pertumbuhan dan

perkembangan tanaman sesuai dengan kondisi iklim setempat. Namun demikian dalam system budidaya masih dilakukan secara tradisional. Demikian juga dalam hal pengolahan pasca panen sampai dengan pemasaran belum berjalan dengan baik.

Dalam pengolahan dan pemasaran kopi di Kabupaten Kulon Progo tidak terlepas dari sumberdaya manusia itu sendiri. Pemilihan teknik pengolahan kopi yang baik, khususnya bagi para petani atau kelompok tani kopi sangat diperlukan. Dalam usaha untuk memperbaiki mutu kopi, harus didukung dengan informasi dan pelatihan yang benar yang berhubungan dengan pengolahannya. Informasi pasar menjadi sesuatu yang sangat penting dalam pemasaran kopi. Kurangnya informasi yang diterima petani menyebabkan harga kopi ditingkat petani sangat rendah. Sarana transportasi yang terbatas menyebabkan biaya pemasaran menjadi tinggi, sehingga akan berpengaruh pada margin pemasaran.

Saatnya pemerintah memperhatikan pada perkebunan rakyat ini, terutama cara budidaya dan pengolahan pasca panen sehingga diperoleh mutu kopi yang baik dan memenuhi standar ekspor. Kasus rendahnya mutu kopi memang menjadi sorotan ketika produk perkebunan ini diperdagangkan di tingkat dunia. Faktor budidaya yang kurang intensif terutama untuk tanaman kopi perkebunan rakyat seringkali menjadi tudingan ketika kopi diterima oleh pihak importir. Dalam mengatasi masalah tersebut, pemerintah harus menentukan kebijaksanaan yang menekankan pada peningkatan mutu (kualitas) kopi dan membatasi areal kopi yang tidak mempunyai kualitas yang baik.

Berkaitan dengan hal itu, maka melalui penelitian ini, dicoba untuk mengungkapkan berbagai aspek yang berkaitan dengan pengolahan, pemasaran serta sumber daya yang dimiliki oleh petani di Kabupaten Kulon Progo.

B. Perumusan Masalah

Pada umumnya proses pengolahan dan pemasaran kopi tidak terlepas dari sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya lahan perkebunan itu sendiri. Pengembangan usaha tani kopi dengan tujuan untuk meningkatkan produksi serta memanfaatkan sumber daya yang ada membutuhkan banyak modal. Petani sebagai pengusaha di bidang pertanian pada umumnya belum mampu mengumpulkan modal kerja yang cukup, di samping mempunyai tingkat penguasaan teknologi yang rendah dan kualitas produk yang kurang kompetitif, pengolahan pasca panen masih kurang baik sehingga mutu kopi yang dihasilkan rendah, dan pemasaran yang belum berjalan dengan baik, karena kendala transportasi dan informasi yang kurang. Maka pembinaan petani terutama di daerah yang belum terekspos industri dan masyarakat disekitarnya adalah masyarakat tradisional, merupakan sebuah tantangan dengan demikian untuk mencapai tujuan pembangunan diperlukan keikutsertaan pemerintah dalam membantu petani.

Kopi Indonesia sering mendapat kecaman di pasar dunia karena dilihat dari aspek kualitas, sering ditemukan kopi ekspor asal Indonesia mempunyai kadar air tinggi sehingga bisa menyebabkan jamur, bau apek, dan sebagainya.

Di samping kualitas juga aspek kontinuitas supply dan ketatan waktu. Hal ini sering membawa akibat hilangnya kepercayaan para pembeli luar negeri terhadap para eksportir kita. Disamping itu rendahnya daya saing produksi kopi, baik kopi beras maupun kopi olahan yang disebabkan oleh rendahnya mutu tampilan produk.

Mengingat kondisi perekonomian yang labil akhir-akhir ini, peningkatan produksi dan mutu kopi robusta merupakan salah satu sasaran yang diharapkan mampu memperbaiki nilai tambah penerimaan devisa negara. Salah satu pengembangan kopi di Indonesia adalah belum tersedianya varietas yang berdaya saing tinggi. Selain itu pada usaha tani kopi robusta, salah satu rendahnya produksi adalah teknik pengolahan tanaman yang masih terbatas, serta tingkat penguasaan teknologi yang masih rendah. Hal ini disebabkan karena pendidikan masyarakat yang masih rendah, dan informasi yang tidak sempurna.

Dalam pemasaran hasil pertanian sering dijumpai petani yang tidak menjual sendiri hasil usaha taninya, melainkan menjual kepada pedagang perantara. Hal ini mengakibatkan besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang perantara, maka pedagang perantara menekan harga beli petani yang akhirnya harga yang diterima petani rendah. Pada umumnya petani lemah dalam permodalan, tidak mempunyai fasilitas-fasilitas yang berhubungan dengan semua kegiatan pemasaran yang lebih menguntungkan, serta kurangnya informasi pasar. Hal tersebut menyebabkan petani menjual hasil usaha taninya ke pasar setempat atau kepada tengkulak dengan harga

rendah. Keadaan tersebut menjadi lemahnya petani dalam kegiatan pemasaran dan cenderung menerima berapa saja harga yang diberikan oleh pedagang atau tengkulak.

Masalah yang dihadapi dalam pemasaran kopi di Kabupaten Kulon Progo yaitu kurangnya informasi pasar terutama harga kopi di tingkat petani, sehingga harga yang diterima petani menjadi rendah. Hal ini memberikan kesempatan kepada pedagang perantara untuk menekan harga beli di tingkat petani. Selain itu juga budaya yang masih melakukan petik hijau, hal ini dilakukan karena untuk memenuhi kebutuhan hidup yang cukup mendesak. Dengan mengidentifikasi masalah-masalah pengolahan kopi yang dihadapi petani dan pemasaran kopi yang tercermin dari saluran dan margin pemasarannya maka diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui macam-macam pengolahan kopi, cara pengolahan kopi yang dilakukan petani, serta masalah-masalah yang dihadapi oleh petani.
2. Untuk mengetahui pola saluran pemasaran dan lembaga-lembaga yang berperan dalam pemasaran serta permasalahan yang dihadapi oleh petani.
3. Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran kopi.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti, sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh derajat sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Stiper Jogjakarta, dan sebagai salah satu latihan untuk meningkatkan pengetahuan dibidang pengolahan dan pemasaran kopi.
2. Bagi Pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dalam membuat kebijakan yang berhubungan dengan masalah pengolahan dan pemasaran kopi di Kabupaten Kulon Progo.
3. Bagi masyarakat pada umumnya dan petani pada khususnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi tentang pemasaran kopi, terutama harga ditingkat petani dan konsumen, sehingga jika ada alternatif pemasaran yang lebih efisien dan menguntungkan maka petani dapat memilihnya.