

## Peningkatan Hasil Panen dan Kualitas Hidup Petani Kopi Dengan Pola Pemberdayaan (Studi Kasus di Desa Rempek, Kabupaten Lombok Utara)

Mansur Afifi<sup>1</sup>, Adhitya Bagus Singandaru<sup>2\*</sup>, Muhammad Alwi<sup>3</sup>, Baiq Ismiwati<sup>4</sup>  
<sup>1234</sup>Universitas Mataram

Corresponding Author: [ab.singandaru@unram.ac.id](mailto:ab.singandaru@unram.ac.id)

Info Artikel	ABSTRAK
<p><b>Kata Kunci:</b></p> <p>Pemberdayaan dan Pendampingan berkelanjutan, Peningkatan Hasil Panen, Peningkatan Kualitas Hidup, Petani Kopi, Tenaga Kerja Wanita.</p>	<p>Penelitian ini dilakukan di Desa Rempek, Kabupaten Lombok Utara. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak dari model pemberdayaan petani kopi yang dilakukan pengusaha dalam memproduksi 'Green Bean' yang berkualitas terhadap pendapatan dan kualitas hidup mereka. Selain itu, penelitian ini bertujuan merekonstruksi model pemberdayaan dan kolaborasi antara pengusaha dan petani kopi agar produksi dapat ditingkatkan sehingga kualitas hidup mereka semakin membaik.</p> <p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus. Informan dalam penelitian ini terdiri dari petani kopi, pengusaha, dan pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan kerjasama tersebut. Adapun untuk mendapatkan informasi, peneliti menggunakan metode wawancara.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan, pemberdayaan dan pendampingan yang mengarah ke sistem direct trade yang dilakukan oleh pengusaha, telah mampu memberikan perubahan pendapatan bagi para petani kopi di wilayah tersebut. Pemberdayaan dan pendampingan yang bersifat menyeluruh dan kontinyu tersebut ternyata tidak hanya menyasar para petani kopi saja, tetapi juga melibatkan tim pengolah yang terdiri dari Ibu-ibu di wilayah tersebut. Alhasil, tim pengolah juga mampu memproduksi bubuk kopi berkualitas hingga mampu menembus pasar Kalimantan dan Sulawesi.</p>

### 1. PENDAHULUAN

Praktik Ijon bukanlah barang baru di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), demikian pula halnya di Kabupaten Lombok Utara (KLU). Praktik pembelian hasil panen sebelum masanya ini bahkan seakan telah menjadi budaya pada kalangan petani di wilayah tersebut. Tingginya kebutuhan hidup menjadikan petani rela

menjual hasil panennya jauh di bawah harga pasar kepada tengkulak pada masa panen, asalkan bisa diberikan pinjaman selama masa tanam.

KLU adalah Kabupaten termuda diantara Kabupaten/Kota lainnya di Provinsi NTB. Beribukota di Kecamatan Tanjung, KLU memiliki jumlah penduduk sebesar 247.400 jiwa atau 4,65% dari total jumlah penduduk di Provinsi NTB. Dengan

laju pertumbuhan penduduk tertinggi di NTB, jumlah penduduk miskin di Kabupaten termuda ini juga sangat tinggi sejumlah 59.860 jiwa yang tersebar di lima (5) Kecamatan dan 33 Desa. Walaupun memiliki destinasi wisata yang tidak sedikit dan menjadi ikon pariwisata di NTB, sektor pertanian masih menjadi pilihan pekerjaan penduduk KLU dengan persentase sebesar 48,74%. Dengan dominasi sektor pertanian sebesar itu, maka tidak heran jika kontribusi sektor tersebut pada PDRB KLU pada tahun 2019 mencapai 33,88%. Salah satu komoditas yang paling banyak ditanam oleh petani di KLU adalah padi dengan

jumlah produksi tertinggi sebesar 72.126 ton pada tahun 2018.

Selain itu, perkebunan juga merupakan salah satu komoditas yang paling banyak diekspor ke luar KLU. Berbagai macam komoditas perkebunan juga dihasilkan di Kabupaten yang kontur wilayahnya sebagian besar area perkebunan terutama di area yang berbatasan dengan Gunung Rinjani ini, diantaranya adalah kelapa, kacang mete, kopi, cengkeh, dan kakao. Berikut adalah jumlah produksi berbagai komoditas perkebunan di KLU pada tahun 2015-2019.

**Tabel 1.1 Produksi Komoditas Perkebunan di KLU periode 2015-2019 (ton)**

Nama Produk	2015	2016	2017	2018	2019
Kelapa	10.263	11.25	11.82	12.061	11.565
Kacang mete	1.896	1.022	1.406	1.083	896
Kopi	723	679	700	710	724
Cengkeh	64.05	64	92	67	48
Kakao	1.304	1.279	1.523	1.564	1.743

Sumber: Publikasi BPS, Statistik Daerah Kabupaten Lombok Utara 2020

Kombinasi kontur wilayah yang mampu memberikan hasil maksimal pada produksi komoditi pertanian dan perkebunan dengan minimnya pemahaman petani terkait dengan pendanaan lunak, menjadikan KLU seakan menjadi surga bagi praktik Ijon, yang membuat petani di KLU semakin tidak bisa berkembang dan mandiri, sehingga terus berada dalam lingkaran setan praktik tersebut.

Guna memutus lingkaran setan yang membelenggu petani di KLU, dibutuhkan peran semua pihak, tidak hanya pemerintah, bahkan pengusaha pun perlu turut andil untuk menciptakan kondisi yang adil bagi para petani di KLU. Etnic Coffee Lombok, yang merupakan salah satu pemain di dunia kopi di NTB sudah mempraktikkan bagaimana memberdayakan petani kopi di Desa Rempek KLU. Berdasarkan informasi awal yang diperoleh, kerjasama tersebut telah

berlangsung sejak tahun 2017. Jumlah petani kopi yang ingin bekerjasama semakin tahun semakin bertambah, baik melalui perorangan maupun melalui wadah kelompok tani. Hal ini mengindikasikan bahwa Kerjasama yang terjadi antara pihak petani kopi dengan Etnic Coffee Lombok mampu memberikan dampak positif bagi para petani yang sudah lebih dulu bekerja sama. Desa Rempek adalah salah satu desa yang berada pada kecamatan Gangga. Selain menghasilkan kopi, daerah ini juga banyak menghasilkan kakao.

Sayangnya, komoditi kopi di KLU dan wilayah lainnya di Pulau Lombok, masih belum mendapatkan perhatian yang maksimal. Padahal kopi memainkan peran penting dalam penghidupan petani kecil. Organisasi Kopi Internasional mencatat bahwa kopi mendukung jutaan petani kecil dan memberikan kesempatan kerja yang besar. Budidaya kopi membutuhkan

banyak tenaga kerja terutama dalam proses produksi dan panen, membuat kopi menjadi salah satu penggerak pembangunan di pedesaan (Pratiwi dalam Sarirahayu, 2018). Kurangnya perhatian terhadap komoditi kopi ini terlihat dari tidak adanya satupun wilayah di Pulau Lombok yang masuk ke dalam peta sebaran kopi Nasional.

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk Kerjasama ideal antara Pengusaha dan Petani Kopi? Kemudian, bagaimana perubahan yang dialami oleh Petani Kopi sejak Kerjasama pertama kali dilakukan dilihat dari perubahan hasil panen yang mereka alami dan kualitas hidup yang mereka rasakan?

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Konsep Pemberdayaan

Konsep pemberdayaan (*empowerment*) muncul dengan dua premis mayor, kegagalan dan harapan (Friedman, 1992). Kegagalan yang dimaksud adalah gagalnya model-model pembangunan ekonomi dalam menanggulangi masalah kemiskinan dan lingkungan yang berkelanjutan. Sedangkan harapan, adanya alternatif-alternatif pembangunan yang memasukkan nilai-nilai demokrasi, persamaan gender, persamaan antar generasi, dan pertumbuhan ekonomi secara memadai (Maani, 2011). Kegagalan dan harapan ini bukan merupakan alat ukur ilmu-ilmu sosial, melainkan cerminan nilai-nilai normatif dan moral yang terasa sangat nyata di tingkat individu dan masyarakat (Sen, 1984).

Pemberdayaan Ekonomi masyarakat adalah penguatan pemilikan faktor-faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji/upah yang memadai, dan penguatan masyarakat untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan keterampilan yang harus dilakukan secara multi aspek, baik dari aspek masyarakatnya sendiri, maupun aspek kebijakannya (Hutomo, 2000).

Adapun konsep pemberdayaan ekonomi secara ringkas dapat dikemukakan sebagai berikut (Sumodiningrat, 1999):

1. Perekonomian rakyat adalah perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat. Perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat adalah bahwa perekonomian nasional yang berakar pada potensi dan kekuatan masyarakat secara luas untuk menjalankan roda perekonomian mereka sendiri. Pengertian rakyat adalah semua warga negara.
2. Pemberdayaan ekonomi rakyat adalah usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, besar, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang benar. Karena kendala pengembangan ekonomi rakyat adalah kendala struktural, maka pemberdayaan ekonomi rakyat harus dilakukan melalui perubahan struktural.
3. Perubahan struktural yang dimaksud adalah perubahan dari ekonomi tradisional ke ekonomi modern, dari ekonomi lemah ke ekonomi kuat, dari ekonomi subsisten ke ekonomi pasar, dari ketergantungan ke kemandirian. Langkah-langkah proses perubahan struktur, meliputi: (1) pengalokasian sumber pemberdayaan sumberdaya; (2) penguatan kelembagaan; (3) penguasaan teknologi; dan (4) pemberdayaan sumberdaya manusia.
4. Pemberdayaan ekonomi rakyat, tidak cukup hanya dengan peningkatan produktivitas, memberikan kesempatan berusaha yang sama, dan hanya memberikan suntikan modal sebagai stimulan, tetapi harus dijamin adanya kerjasama dan kemitraan yang erat antara yang telah maju dengan yang masih lemah dan belum berkembang.
5. Kebijakannya dalam pemberdayaan ekonomi rakyat adalah: (1) pemberian peluang atau akses yang lebih besar kepada aset produksi (khususnya modal); (2) memperkuat posisi transaksi dan kemitraan usaha ekonomi

- rakyat, agar pelaku ekonomi rakyat bukan sekedar price taker; (3) pelayanan pendidikan dan kesehatan; (4) penguatan industri kecil; (5) mendorong munculnya wirausaha baru; dan (6) pemerataan spasial
6. Kegiatan pemberdayaan masyarakat mencakup: (1) peningkatan akses bantuan modal usaha; (2) peningkatan akses pengembangan SDM; dan (3) peningkatan akses ke sarana dan prasarana yang mendukung langsung sosial ekonomi masyarakat lokal.

Dari enam butir pokok mengenai konsep pemberdayaan masyarakat ini, dapat disimpulkan, bahwa: (1) pemberdayaan masyarakat tidak dapat dilakukan hanya melalui pendekatan daun saja, atau cabang saja, atau batang saja, atau akar saja; karena permasalahan yang dihadapi memang ada pada masing-masing aspek; (2) pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi, tidak cukup hanya dengan pemberian modal bergulir, tetapi juga harus ada penguatan kelembagaan ekonomi masyarakat, penguatan sumberdaya manusianya, penyediaan prasarananya, dan penguatan posisi tawarnya; (3) pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi atau penguatan ekonomi rakyat, harus dilakukan secara elegan tanpa menghambat dan mendiskriminasikan ekonomi kuat; untuk itu kemitraan antar usaha mikro, usaha kecil usaha menengah, dan usaha besar adalah jalan yang harus ditempuh; (4) pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi adalah proses penguatan ekonomi rakyat menuju ekonomi rakyat yang kokoh, modern, efisien; dan (5) pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi, tidak dapat dilakukan melalui pendekatan individu, melainkan harus melalui pendekatan kelompok (Hutomo, 2000).

### **Konsep Kualitas Hidup**

Konsep kualitas hidup telah mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Namun, kualitas hidup didefinisikan secara berbeda di seluruh

disiplin ilmu yang secara teratur menggunakan konsep tersebut, dan bahkan dalam disiplin ilmu yang sama pun tetap disesuaikan lagi dengan alasan untuk mengukurnya. Disiplin ilmu yang menggunakan konsep kualitas hidup antara lain filsafat, kedokteran, ekonomi, psikologi, sosiologi, ilmu politik, hukum dan studi bisnis (Eckermann, 2011).

WHO mendefinisikan kualitas hidup sebagai persepsi individu tentang posisi mereka dalam kehidupan dalam konteks budaya dan sistem nilai di mana mereka tinggal dan dalam kaitannya dengan tujuan, harapan, standar, dan perhatian mereka. Ini adalah konsep luas yang dipengaruhi secara kompleks oleh kesehatan fisik seseorang, keadaan psikologis, tingkat kemandirian, hubungan sosial, kepercayaan pribadi dan hubungan mereka dengan fitur yang menonjol dari lingkungan mereka.

Berdasarkan *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), kualitas hidup adalah salah satu indikator terbentuknya kesejahteraan. OECD mendefinisikan kualitas hidup sebagai seperangkat atribut non-moneter individu, yang dapat membentuk peluang dan kesempatan dalam hidup mereka, dan memiliki nilai intrinsik di bawah budaya dan konteks yang berbeda. Indikatornya adalah Status kesehatan, Keseimbangan pekerjaan dan kehidupan, Pendidikan dan keterampilan, Hubungan sosial, Keterlibatan dan Tata Kelola Masyarakat, Kualitas Lingkungan, Keamanan Pribadi, dan Kesejahteraan Subjektif.

Kualitas hidup sendiri merupakan hasil interaksi yang kompleks antara faktor-faktor yang bersifat obyektif dan subyektif. Faktor-faktor yang bersifat obyektif didasarkan pada kondisi eksternal seperti ekonomi, sosial politik, lingkungan dan budaya, sedangkan faktor-faktor yang bersifat subyektif mengacu pada bagaimana persepsi individu itu sendiri tentang kepuasan dari berbagai

dimensi yang bisa dicapai dalam hidupnya (Somarriba, Pena, 2009)

Perbedaan dalam memandang kualitas hidup merupakan hal yang wajar, karena walaupun kualitas hidup yang baik adalah konsep yang dipahami maksudnya secara lintas wilayah dan budaya, namun tidak bisa dikemas dalam satu kata/ukuran yang universal (Camfield, 2011). Pendapat tersebut didukung pendapat Schmidt dan Bullinger (2007) yang menyatakan bahwa, pengembangan instrumen kualitas hidup sejauh ini sebagian besar berkembang dari negara maju dan baru kemudian diterapkan ke negara berkembang, sehingga ukuran kualitas hidup cenderung mencerminkan nilai dari negara asalnya. Lebih jauh lagi, Hunt (1999) menganggap menyamaratakan pengembangan instrumen kualitas hidup di Negara/kota yang maju dengan Negara/kota yang berkembang adalah sebuah bentuk etnosentrisitas (Camfield, 2011).

#### ***Fair Trade dan Direct Trade***

Dalam rantai pasokan komoditi kopi saat ini dikenal dua sistem yang digunakan oleh para pengusaha kopi dalam bekerjasama dengan para petani kopi yang menjadi sumber bahan baku mereka, yaitu *Fair Trade* dan *Direct Trade*. Kedua sistem ini sama-sama bertujuan untuk memberikan timbal balik yang lebih bagi para petani kopi yang bergabung agar kehidupan para petani kopi bisa menjadi lebih baik.

Istilah *Fair Trade* pertama kali muncul di Belanda pada tahun 1988 sebagai reaksi atas jatuhnya harga kopi dunia. Gerakan yang diinisiasi oleh salah satu *Non Government Organization* (NGO), yang terinspirasi oleh karakter fiktif asal Belanda Max Havelaar ini, ingin menerapkan sistem yang adil bagi para petani kopi yang selama ini dieksploitasi oleh perusahaan-perusahaan raksasa dunia (Dragusanu, 2014). Gerakan ini mendapatkan sambutan positif dan diterapkan hingga saat ini oleh perusahaan-perusahaan dunia terhadap para

petani kopi yang tergabung dalam kelompok mereka.

*Fair Trade* adalah sebuah sistem dan juga sebuah lembaga. Misi utamanya adalah memberikan harga yang adil untuk kedua belah pihak, baik untuk produsen kopi (petani, koperasi/kelompok tani) maupun *buyer* kopi (perusahaan kopi/*roastery*). Mereka adalah penengah yang menjembatani kebutuhan kedua pihak ini tanpa mengorbankan kesejahteraan petani di negara-negara berkembang dimana kopi itu berasal, termasuk pula memberlakukan sejumlah regulasi dan peraturan yang menyangkut masalah perdagangan dan ekspor-impor kopi. *Fair Trade* antara lain melarang produsen kopi untuk memperkerjakan tenaga anak atau melakukan kerja paksa. Sehingga, dengan kata lain, *Fair Trade* memastikan bahwa kopi yang berasal dari negara-negara berkembang dan dikirimkan ke negara-negara maju adalah komoditi yang dihasilkan dengan proses adil dan etis, bukan hanya harganya tapi juga seluruh perjalanannya. Untuk mendapatkan sertifikasi dan lisensi *Fair Trade*, baik produsen maupun *buyer* harus mendaftar sebagai anggota, membayar iuran, dan mematuhi sejumlah standar yang telah ditetapkan oleh *Fair Trade* (Ottens Coffee).

Saat ini praktik *Fair Trade* diawasi dan diatur oleh sebuah lembaga dunia yaitu *World Fair Trade Organization* (WFTO). Terdapat 10 (sepuluh) Prinsip-prinsip yang harus dijalan oleh perusahaan yang tergabung dalam sistem ini, yaitu (WFTO):

1. Menciptakan peluang bagi produsen (petani) kecil
2. Transparansi dan akuntabilitas
3. Mempraktikkan perdagangan yang adil
4. Memberikan pembayaran yang layak
5. Melarang penggunaan tenaga kerja anak
6. Menjamin kesetaraan gender dan hak untuk berasosiasi
7. Menciptakan kondisi kerja yang baik
8. Meningkatkan kapasitas produksi
9. Mempromosikan fair trade

#### 10. Menjaga kelestarian lingkungan

Berbeda dengan sistem *Fair Trade* yang terorganisir dan terstruktur, *Direct Trade* merupakan sistem yang diterapkan oleh perusahaan atau roastery independent yang mengusung nilai-nilai tertentu antara roastery dan petani kopi (7cornerscoffee). *Direct Trade* merupakan Gerakan yang diinisiasi oleh roastery-roastery yang bergerak dalam memproduksi *specialty coffee* (kopi special), salah satunya adalah Stumptown dan Intelligentsia Coffee yang berpusat di Amerika Serikat. Menurut mereka praktik *Fair Trade* selama ini seakan melupakan kerja keras para petani kopi di negara asalnya karena hanya fokus pada pengembangan merek perusahaan saja. Para roastery yang menerapkan sistem *Direct Trade*, mengharuskan untuk memberikan informasi lengkap lokasi asli kopi tersebut berasal dan citarasa yang terkandung di dalamnya. Selain menerapkan prinsip-prinsip yang terkandung dalam *Fair Trade*, para roastery yang menerapkan sistem ini juga memberikan harga setidaknya 25% di atas harga yang ditetapkan oleh WFTO kepada para petani kopi yang tergabung dalam kelompok mereka (Latta, 2014).

Harga tinggi yang diberikan oleh para roastery kepada para petani kopi tersebut tidak lain adalah untuk menghargai kerja keras para petani yang sudah berkontribusi untuk menghasilkan kopi special yang berkualitas bagi para roastery dan konsumen. Dalam perkembangannya, sistem ini dianggap mampu memperbaiki seluruh aspek dalam pertanian kopi. Para petani akan berlomba memperbaiki kualitas kopi mereka untuk mendapatkan harga yang bagus, dan pada akhirnya akan ikut meningkatkan kesejahteraan petani pula. Berkebalikan dengan sistem *Fair Trade* yang resmi dan rapi, *Direct Trade* lebih bersifat metode atau ideologi. Tidak ada organisasi atau asosiasi induk apapun yang mengurus sistem ini dan menetapkan peraturannya selain

dari roastery atau perusahaan kopi masing-masing (Ottens Coffee).

#### Penelitian Terdahulu

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu pola pemberdayaan mampu memberikan nilai lebih bagi para petani yang tergabung dalam kelompok tani yang diberdayakan. Penelitian yang dilakukan oleh Wilis Malasari Dkk pada tahun 2017 di Wilayah Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang menyatakan bahwa pemberdayaan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah setempat tersebut mampu meningkatkan hasil budidaya petani kopi yang tergabung dalam kelompok tani di wilayah tersebut sebesar 50%.

Penelitian yang dilakukan oleh Titik Sumarti Dkk pada tahun 2017 di Wilayah Kabupaten Simalungun Provinsi Sumatera Utara menyatakan bahwa, strategi pemberdayaan petani muda kopi wirausaha memerlukan dua komponen, yaitu faktor penggerak dan pelancar. Faktor penggerak meliputi: perubahan sistem ekonomi non pasar menjadi pasar, perubahan sistem patron klien menjadi pasar; membuka akses alat pengolahan kopi, membentuk citra petani muda sebagai agen yang aktif dan kritis, menempatkan petani muda kopi sebagai subyek yang dinamis dalam membangun karakter kepemimpinan dan kewirausahaan. Kemudian, Faktor pelancar sendiri meliputi: membangun kolektifitas, mengorganisir petani muda kopi dengan memperkuat modal sosial, melindungi basis sumberdaya air dan lahan dengan menerapkan *Good Agricultural Practices* (GAP), diversifikasi mata pencaharian, membuka akses pasar, penyuluhan dan pendampingan usaha kopi berbasis informasi dan teknologi. Dalam era pasar bebas (MEA), diperlukan reposisi petani muda kopi dari petani produsen menjadi petani pemasok.

Selain berfokus pada pemberdayaan kepada kelompok tani, penghambat faktor kunci keberhasilan

pemberdayaan kelompok tani seperti ketidakpastian harga jual juga harus menjadi focus Pemerintah, baik di Daerah maupun di Pusat. Zainuri Dkk dalam penelitiannya pada tahun 2015 yang berjudul Strategi Peningkatan Daya Saing Komoditas Kedelai: Kajian Ketahanan Pangan di Jawa Timur – Indonesia menyatakan perlu adanya *Political Will* dari Pemerintah untuk meningkatkan daya saing kedelai, karena berdasarkan metode *Force Field Analysis* dalam penelitiannya, ketidakpastian harga jual merupakan faktor penghambat keberhasilan dari program pemberdayaan yang dilakukan kepada kelompok tani oleh pemerintah.

Penelitian studi literatur yang dilakukan oleh Kartika Sarirahayu dan Atik Aprianingsih memaparkan bahwa ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para petani kopi kecil, yaitu pasar yang tidak stabil, minimnya kebijakan pemerintah, produktivitas yang rendah, dan perubahan iklim. Untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi tersebut perlu dilakukan beberapa langkah konkrit seperti menerapkan sistem sertifikasi *Fair Trade*, mengadopsi teknologi dan melakukan pelatihan yang intensif bagi petani kopi, dan lebih memaksimalkan lagi peran wanita dalam kegiatan-kegiatan pemberdayaan tersebut.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus. Pemilihan Studi Kasus karena peneliti ingin memperoleh informasi yang lebih mendalam terkait dengan bentuk Kerjasama dengan pola pemberdayaan yang dilakukan oleh pengusaha dan petani kopi di Desa Rempek, KLU. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa hasil wawancara dan observasi yang bersumber dari Pemilik Etnic Coffee Lombok, petani-petani kopi yang tergabung dalam kelompok pemberdayaan, penanggung jawab kelompok pengolah, dan beberapa masyarakat sekitar.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Pemberdayaan terhadap petani kopi di Desa Rempek Kabupaten Lombok Utara (KLU) sudah pernah dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam bentuk penyuluhan. Namun, pemberdayaan tersebut sifatnya tidak menyeluruh dan tidak kontinyu. Alhasil, petani kopi kembali lagi dengan cara lama. Bahkan Pemerintah Daerah sudah pernah memberikan bantuan alat roasting kepada beberapa petani kopi, namun alat tersebut malah terbengkalai karena tidak terpakai.

Berdasarkan hasil wawancara, pemberdayaan yang ala kadarnya, tidak ada pendampingan dalam jangka waktu lama, dan tidak tersedianya informasi pasar untuk pendistribusian hasil panen, menjadikan petani kopi enggan untuk menerapkan proses tanam dan pasca panen yang memang lebih memakan waktu dan tenaga. Menurut mereka, untuk apa harus mengeluarkan tenaga dan waktu lebih jika hasil panen mereka tetap dihargai rendah oleh tengkulak. Hal inilah yang menjadikan kualitas kopi robusta dari KLU selalu menjadi kopi kelas bawah, yang tidak memiliki nilai jual tinggi, dan tidak pernah bisa masuk ke dalam peta kopi Nasional. Padahal pada dasarnya, jika dikelola dengan baik, kualitas kopi robusta yang berasal dari KLU tersebut tidak kalah dengan kopi robusta yang berasal dari beberapa lokasi di Sembalun, Tepal, Punik, dan Tambora yang sudah terlebih dahulu terkenal.

Keadaan inilah yang menyebabkan Dody A. Wibowo, pemilik Etnic Coffee Lombok, salah satu pengusaha kopi lokal yang sudah lumayan lama terjun di industri kopi, merasa tertantang untuk mengubah keadaan tersebut. Kecintaannya terhadap kopi lokal dan ingin merubah stigma kopi robusta KLU membuatnya totalitas dalam memberdayakan petani kopi di kabupaten termuda Provinsi NTB tersebut sejak 2017 hingga saat ini.

Pemberdayaan yang dilakukan oleh Etnic Coffee Lombok bisa dikatakan bersifat menyeluruh dan kontinyu, karena para petani yang bergabung dalam kelompoknya diberikan pemahaman mulai dari bagaimana merawat tanaman kopi, jarak tanam yang ideal, proses pemetikan, sortasi, proses penjemuran yang terstandarisasi, penyimpanan, dan pengolahan. Bahkan para petani disiapkan jalur distribusi agar mereka lebih mudah menjual hasil panennya dengan harga pasar yang berlaku.

Dalam melakukan pemberdayaan dan pendampingan, Etnic Coffee Lombok menggandeng kelompok pengolah kopi yang sudah lebih dulu ada di Desa Rempek. Kelompok pengolah inilah yang nantinya akan menjadi wadah bagi para petani kopi yang bergabung untuk menjual hasil panennya. Hasil panen yang dibeli oleh kelompok pengolah ini nantinya akan didistribusikan oleh Etnic Coffee Lombok. Etnic Coffee Lombok sendiri adalah salah satu *roastery* yang ada di kota Mataram, yang hingga saat ini tetap mensuplai biji kopi ke *coffee shop-coffee shop* yang ada di kota Mataram. Bahkan, mereka sudah memiliki pelanggan di beberapa wilayah di Indonesia, dan sudah sempat mengirimkan sampel ke Korea Selatan, Dubai dan Kanada, namun akhirnya harus terhenti sementara karena adanya pandemi Covid-19.

Hasil wawancara dengan beberapa petani kopi yang bergabung dalam pemberdayaan tersebut membenarkan bahwa mereka diberikan penyuluhan terkait bagaimana memperlakukan pohon kopi dengan baik. Selain penyuluhan, mereka juga didampingi selama masa tanam dan masa panen. Bahkan ketika diberitahu berapa harga biji kopi mentah yang akan mereka terima jika mereka bersedia menerapkan teknik yang sudah diberikan, mereka menjadi semakin disiplin dalam menerapkan teknik tersebut.

Petani kopi diberikan pilihan apakah akan menjual hasil panen mereka

dalam bentuk buah (basahan) yang masih tercampur antara yang hijau dan yang merah (belum disortasi), atau menjual basahan yang sudah disortasi terlebih dahulu kepada kelompok pengolah. Selain itu, petani juga diberikan pilihan apakah akan menjual dalam bentuk basahan atau atau *green bean*. Untuk penjualan dalam bentuk *green bean*, kelompok pengolah memberikan pendampingan kepada petani kopi ketika memproses kopi dari basahan ke *green bean*. Harga yang diberikan oleh kelompok pengolah tentu akan berbeda antara yang belum dan yang sudah disortasi dan yang sudah dalam bentuk *green bean*. Untuk harga kopi dalam bentuk basahan yang belum disortasi kelompok pengolah memberikan harga sebesar Rp 30.000/kg, sedangkan untuk yang sudah disortasi diberikan harga sebesar Rp 35.000/kg. Untuk harga *green bean*, kelompok pengolah memberikan harga sebesar Rp 40.000-Rp 45.000/kg. Harga yang diberikan ini tentu sangat jauh berbeda dibandingkan harga yang didapatkan petani kopi sebelum bergabung yang hanya sebesar Rp 20.000/kg dalam bentuk *green bean* asalan (biji kopi mentah campuran).

Etnic Coffee Lombok juga memberikan pinjaman modal kepada petani kopi yang membutuhkan selama masa tanam. Pinjaman modal tersebut digunakan para petani untuk membiayai perawatan pohon kopi dan membiayai beberapa kebutuhan hidup mereka, seperti biaya anak sekolah, dan lain sebagainya. Nantinya, Petani kopi yang diberikan pinjaman modal ini, mengembalikannya dalam bentuk hasil panen kopi sejumlah modal yang diberikan. Misalkan Petani diberikan pinjaman modal sebesar Rp 30.000.000, maka ketika panen nanti petani tersebut harus mengembalikan sebesar 1 (satu) ton kopi dalam bentuk basahan yang belum disortasi atau 857 kg kopi dalam bentuk basahan yang telah disortasi. Besaran tersebut didapatkan dari Jumlah pinjaman modal sebesar Rp 30.000.000 dibagi harga beli kopi dalam



bentuk basahan sebesar Rp 30.000-Rp 35.000/kg.

Jika hasil panen melebihi target yang harus dikembalikan, petani kopi diberikan kebebasan apakah akan menjual sisa hasil panennya kepada pengolah untuk didistribusikan oleh Etnic Coffee Lombok atau menjualnya ke pihak lain. Petani kopi tidak diharuskan hanya boleh menjual kepada kelompok pengolah saja, yang penting petani kopi sudah teredukasi dengan baik dan mengetahui harga pasar yang berlaku untuk hasil panen mereka. Namun, berdasarkan hasil wawancara dengan para petani kopi, selama ini para petani selalu menjual seluruh hasil panennya kepada kelompok pengolah. Alasannya karena sudah ada keterikatan emosi dan harga yang diberikan sudah sangat adil.

Sejak 2017 hingga saat ini, sudah ada 43 petani yang tergabung dalam 2 (dua) kelompok pengolah yang berlokasi di Desa Rempek. Informasi terbaru yang didapatkan, ternyata pemberdayaan yang dilakukan tidak hanya di Desa Rempek saja, tapi juga di Desa Genggelang dan Desa Seelos KLU. Jumlah petani kopi yang bergabung dalam kelompok pemberdayaan tersebut terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Bahkan di tahun 2021, Etnic Coffee Lombok membatasi jumlah petani kopi yang ingin bergabung. Hal ini disebabkan karena pandemi Covid-19 yang masih belum diketahui kapan akan berakhir menyebabkan menurunnya permintaan dari *coffee shop-coffee shop* yang ada di Kota Mataram dan wilayah lainnya di Indonesia. Bahkan kelanjutan Kerjasama untuk mensuplai beberapa *coffee shop* di Korea Selatan, Dubai, dan Kanada juga terhenti sementara karena mahalnnya tarif ekspedisi.

Selain itu, pembatasan jumlah petani kopi yang ingin bergabung juga karena keterbatasan modal dari Etnic Coffee Lombok sendiri. Mereka masih mencari investor baru untuk menutupi kebutuhan modal yang dibutuhkan.

Tingginya minat petani kopi lain yang ingin bergabung disebabkan karena sistem yang ditawarkan sangat menguntungkan bagi mereka. Selain faktor ekonomi dengan menerima harga yang bagus, faktor edukasi dan pendekatan personal yang dilakukan oleh Etnic Coffee Lombok juga menjadi daya Tarik bagi para petani kopi yang sudah dan baru akan bergabung.

Para petani yang bergabung dalam pemberdayaan tersebut memiliki lahan mereka sendiri. Luas lahan yang dimiliki bervariasi antara 4-12 Hektar. Untuk jumlah hasil panen, tidak ada perubahan selama bergabung dalam pemberdayaan, masih tetap antara 600-700 kg/hektar. Perubahan yang signifikan terjadi di harga jual hasil panen yang diterima oleh petani, dari yang sebelumnya hanya dihargai Rp 20.000/kg dalam bentuk *green bean*, menjadi Rp 30.000-Rp 35.000/kg dalam bentuk basahan, dan Rp 40.000-Rp 45.000/kg dalam bentuk *green bean*.

Di atas telah disebutkan bahwa selain petani kopi, Etnic Coffee Lombok juga menggandeng kelompok pengolah yang ada di Desa Rempek sebagai wadah bagi petani untuk menjual hasil panennya. Kelompok pengolah ini berjumlah 2 (dua) kelompok dan masing-masing membawahi 20 dan 13 petani kopi. Awalnya kelompok pengolah ini adalah kelompok UMKM binaan pemda untuk pengemasan kopi bubuk. Setiap kelompok terdiri dari 10 orang yang keseluruhannya merupakan wanita yang ada di desa tersebut.

Selain membina petani kopi, Etnic Coffee Lombok juga memberikan pembinaan dan pendampingan kepada dua kelompok tersebut. Pembinaan yang diberikan berupa bagaimana proses pasca panen yang terstandarisasi seperti teknik sortasi, teknik penjemuran, penyimpanan, pengolahan, manajemen pemasaran, dan informasi pasar. Bahkan mereka juga diberikan pelatihan terkait teknik roasting yang sesuai standar. Sayangnya, mereka belum memiliki alat roasting yang canggih

sebagaimana *roastery-roastery* di kota Mataram.

Selain menjadi wadah untuk petani kopi menjual hasil panennya, kelompok pengolah ini juga memproduksi sendiri produk mereka dalam bentuk kopi bubuk. Jangkauan penjualan mereka sudah cukup memuaskan. Selain bekerjasama dengan toko-toko, mereka juga bekerjasama dengan toko oleh-oleh. Bahkan mereka sudah bisa mengirim produk mereka ke Kalimantan dan Sulawesi. Sangat berbeda dengan sebelum mereka mendapatkan pembinaan yang jangkauan penjualannya hanya untuk pasar-pasar tradisional di sekitar mereka.

Produk yang mereka hasilkan pun sudah bervariasi dengan harga yang bervariasi pula, mulai dari kopi bubuk campur, kopi bubuk murni, kopi bubuk *red cherry*, kopi bubuk jahe, dan kopi bubuk jantan yang menggunakan kopi lanang atau *peaberry*. Kesemua produk tersebut menggunakan biji kopi yang berasal dari petani-petani kopi yang bergabung dengan mereka. Seluruh produk mereka menggunakan merek “Kopi Rempek” yang telah mendapatkan sertifikat merek dan izin edar P-IRT. Kemasan yang digunakanpun cukup menarik perhatian karena sudah menggunakan aluminium foil dengan fitur *zip lock* yang memungkinkan rasa dan aroma kopi bubuk tetap terjaga walaupun sudah dibuka.

Pemberdayaan dengan model *partnership* ini mampu memberikan perubahan yang signifikan bagi para petani kopi dan kelompok pengolah di Desa Rempek. Perubahan tersebut berupa petani kopi dan kelompok pengolah yang sudah jauh lebih teredukasi daripada sebelumnya. Selain itu perubahan dalam sudut pandang ekonomi juga terlihat dari kenaikan harga jual yang diterima oleh petani kopi. Jika selama ini mereka terkesan pasrah dengan harga yang diberikan oleh tengkulak, sekarang hasil jerih payah mereka bisa lebih dihargai dengan adil karena mendapatkan harga sesuai dengan harga

pasar. Bahkan mereka pun diberikan kebebasan jika ingin menjual hasil panen mereka kepada pihak lain yang dianggap bisa memberikan harga yang lebih baik daripada harga yang diberikan oleh Ethnic Coffee Lombok.

Perubahan bagi kelompok pengolah dalam sudut pandang ekonomi juga jelas terlihat dari semakin banyaknya variasi produk yang mampu mereka jual. Kualitas produk dan kemasan yang jauh lebih baik mampu membuat mereka memasarkan produknya hingga ke Kalimantan dan Sulawesi.

Dampak ekonomi tidak hanya dirasakan oleh petani kopi dan kelompok pengolah di Desa Rempek. Masyarakat sekitar juga mendapatkan tambahan penghasilan, mulai dari masyarakat yang membantu petani kopi dalam merawat pohon kopi ketika masa tanam dan masyarakat yang membantu ketika masa panen dan proses pengolahan. Ketika masa panen, petani kopi dan kelompok pengolah membutuhkan banyak tenaga untuk melakukan pemetikan, mengangkut hasil panen, sortasi, dan penjemuran. Untuk tenaga bantu ini sendiri diberikan bayaran sebesar Rp 70.000/orang/hari. Salah satu petani kopi mencontohkan, untuk luas lahannya yang seluas 7 hektar membutuhkan tenaga bantu sebanyak 15 orang dan menghabiskan waktu selama 3-4 hari. Sayangnya, perubahan-perubahan tersebut masih belum bisa merubah kebiasaan pernikahan dini masyarakat setempat.

### **Pembahasan**

Walaupun mampu menghasilkan kopi Robusta sebanyak 19.037,47 ton dan kopi Arabika sebanyak 2.080,41 ton dalam rentang waktu 2017-2020 (Data Provinsi NTB), kopi-kopi yang berasal dari Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), sampai penelitian ini dipublikasi, hanya mampu menyumbangkan satu (1) wilayah untuk masuk ke dalam Peta Kopi Nasional (GAEKI). Bahkan dalam Peta Produsen Kopi Nasional yang dirilis oleh *Specialty*

*Coffee Association of Indonesia* (SCAI), tidak ada satupun wilayah Provinsi NTB yang masuk ke dalam Daftar Produsen Kopi Specialty.

Berdasarkan data Peta Kopi Nasional yang dirilis oleh Gabungan Eksportir Kopi Indonesia (GAEKI), hanya Kopi Tambora yang masuk ke dalam daftar tersebut. Jika merujuk pada data hasil produksi kopi berdasarkan Kabupaten/Kota yang dirilis oleh Pemerintah Provinsi NTB, Kopi Tambora yang berasal dari wilayah Kabupaten Dompu dan Kabupaten Bima hanya menghasilkan 3.654,1 ton Kopi Robusta dari 19.037,47 ton yang dihasilkan oleh seluruh Kabupaten Kota se-NTB. Hal ini menunjukkan bahwa, sampai penelitian ini dipublikasi, kualitas hasil panen kopi yang berasal dari sebagian besar wilayah Provinsi NTB belum bisa dikatakan terstandar secara Nasional dan Internasional.

Isu ini tentu menjadi permasalahan yang menarik, karena besarnya jumlah panen kopi menandakan ada banyak pula petani kopi di belakangnya. Jika produksi kopi mereka tidak masuk ke dalam Peta Produsen Kopi Nasional karena kualitas produk kopi yang tidak terstandarisasi, maka harga produk tersebut akan selalu berada di bawah harga pasar, yang mana akan memberikan dampak bagi perekonomian para petani kopi tersebut. Rendahnya nilai jual membuat petani kopi menjadi kesulitan modal untuk memulai produksi pada masa tanam berikutnya, sehingga mereka terpaksa melakukan pinjaman kepada pedagang pengumpul, yang akhirnya membuat mereka terjebak dalam jeratan ijon dan gadai (Aklimawati, 2014).

Pemerintah tentu tidak tinggal diam melihat permasalahan yang ada. Dalam melaksanakan kewajibannya, mereka terus melakukan upaya-upaya maksimal, salah satunya dengan pemberdayaan untuk merubah keadaan. Namun, upaya-upaya yang dilakukan seperti tidak berarti, karena keadaan para petani kopi tetap seperti

semula, tidak ada perubahan yang berarti. Lalu, apakah ada yang salah dengan konsep pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah?

Mungkin kita perlu merekonstruksi kembali pemahaman kita terkait dengan konsep pemberdayaan. Merujuk pada definisi pemberdayaan yang diberikan oleh Mardi Yatmo Hutomo (2000), pemberdayaan haruslah mencakup penguatan faktor-faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran, penguatan untuk mendapatkan gaji/upah yang memadai, dan penguatan masyarakat untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan keterampilan, yang harus dilakukan secara multi aspek, baik itu dari masyarakatnya sendiri maupun aspek pemerintah sebagai pembuat kebijakan. Jadi, jika upaya pemerintah untuk merubah keadaan petani kopi dengan cara pemberdayaan tidak membuahkan hasil maksimal, mungkin saja ada beberapa hal yang terlewat atau tidak dilakukan sama sekali.

Dari beberapa referensi, rendahnya kualitas produk kopi yang berdampak pada perekonomian petani disebabkan karena kurangnya pemeliharaan tanaman dan terbatasnya aksesibilitas terhadap modal, tenaga kerja, dan teknologi (Aklimawati, 2014). Selain itu, kondisi pasar yang tidak stabil, minimnya kebijakan pemerintah, produktivitas yang rendah, dan perubahan iklim turut menjadi penyebab rendahnya kualitas produk kopi (Sarirahayu, 2018).

Ada beberapa solusi yang ditawarkan oleh Sarirahayu (2014), salah satunya yang paling menarik adalah penerapan konsep fair trade bagi para petani kopi lokal yang aktif. Solusi ini didasarkan pada banyaknya literatur terkait dampak positif dari *Fair Trade* bagi para petani kopi di berbagai belahan dunia, yang memiliki permasalahan mendasar yang sama. Kontrak dengan sertifikasi *Fair Trade* memastikan bahwa produk diproduksi dalam kondisi kerja yang layak dan sadar lingkungan. Sebagai gantinya, petani harus

mengikuti prosedur standar untuk mendapatkan sertifikasi *Fair Trade*. Pertama, mereka harus memastikan praktik ramah lingkungan seperti penggunaan pupuk, pestisida, air dan energi. Kedua, mereka harus memiliki komitmen terhadap hak asasi manusia seperti tidak mengeksploitasi pekerja anak, pendidikan bagi anak-anak petani kopi, mengutamakan kesetaraan gender, perawatan kesehatan, peningkatan hak-hak pekerja, dan memfasilitasi hubungan perdagangan jangka panjang (Mussato, 2011).

Pada penelitian yang dilakukan di Nikaragua oleh Valkila (2010), *Fair Trade* dipercaya mampu memberikan keuntungan bagi petani kecil dengan memberikan jaminan harga di atas harga dasar tetap ketika harga pasar rendah sebagaimana ketika harga kopi dunia mengalami penurunan tajam pada rentang waktu 2001-2004. Namun, setelah harga kopi dunia mengalami pemulihan pada tahun 2004 keuntungan yang diberikan menjadi relatif kecil. Jika harga kopi dunia kembali mengalami penurunan, maka petani kecil akan kembali terlindungi dari depresiasi harga dengan adanya standar harga minimum, namun hal ini belum tentu akan memberikan dampak berarti karena koperasi-koperasi yang menaungi para petani kopi hanya mampu menjual 30-60% produk mereka ke pasar (Valkila, 2010).

Manfaat lain yang diberikan oleh *Fair Trade* adalah fasilitas kredit yang sangat dibutuhkan bagi petani kopi kecil dalam situasi di mana sumber kredit lain belum tersedia. Selain itu, dana yang tersedia dari *Fair Trade* dapat dikreditkan untuk pembangunan sosial, seperti program pendidikan dan perawatan kesehatan, pengembangan kapasitas kelembagaan, dan peningkatan fasilitas transportasi, di komunitas penghasil kopi. Namun, dampak ini sulit untuk dievaluasi karena tidak dapat dipisahkan dari manfaat yang diberikan oleh berbagai proyek pembangunan pedesaan yang aktif di komunitas petani kopi Nikaragua. Sebagian dari dana *Fair*

*Trade* untuk pembangunan sosial telah digunakan untuk menutupi biaya bisnis koperasi yang menaungi para petani kopi (Valkila, 2010).

Kelamahan-kelemahan dari konsep *Fair Trade* ini membuat perusahaan-perusahaan/*Roastery-roastery* independen yang tidak tergabung dalam sistem *Fair Trade* memberikan bentuk Kerjasama alternatif bagi para petani kopi yang disebut dengan *Direct Trade*. Jika *Fair Trade* merupakan sebuah sistem yang terorganisasi dan terstruktur dengan rapi, lain halnya dengan *Direct Trade*. Karena perusahaan/*roastery* ingin mendapatkan kopi yang berkualitas sekaligus memberikan perubahan bagi para petani kopi, mereka langsung turun ke perkebunan-perkebunan kopi untuk melakukan Kerjasama. Kerjasama yang ditawarkan adalah dengan melakukan pemberdayaan yang menyeluruh dan pendampingan agar petani mampu memproduksi kopi yang lebih berkualitas, sebagai gantinya perusahaan/*roastery* akan menyerap hasil panen mereka dengan memberikan harga yang jauh di atas harga pasar. Biasanya perusahaan/*roastery* akan memberikan harga lebih tinggi sebesar 25% dibandingkan harga pasar (Latta, 2014).

Etnic Coffee Lombok tampaknya melakukan hal yang sama dalam melakukan Kerjasama dengan para petani kopi Robusta di Desa Rempek, Kabupaten Lombok Utara. Pendekatan personal yang dilakukan sejak tahun 2017 hingga saat ini mampu menarik minat banyak petani kopi di wilayah tersebut untuk bergabung. Berawal dari hanya dua (2) petani kopi pada tahun 2017, saat ini sudah ada 43 petani kopi yang tergabung dalam kelompok tersebut. Etnic Coffee Lombok adalah salah satu *roastery specialty coffee* di Kota Mataram yang telah mensuplai kebutuhan biji kopi special yang berkualitas bagi banyak *coffee shop* di NTB dan luar NTB selama bertahun-tahun.

Sistem yang ditawarkan Etnic Coffee Lombok bisa dikatakan sederhana

namun konsisten. Para petani kopi yang bersedia bergabung diberikan pemahaman dan pelatihan terkait bagaimana proses tanam dan pasca panen yang terstandarisasi sehingga bisa menghasilkan kopi dengan kualitas terbaik. Etnic tidak melepas para petani kopi yang bersedia bergabung begitu saja, mereka tetap didampingi sehingga para petani benar-benar mampu menghasilkan biji kopi yang berkualitas. Sebagai gantinya, Etnic memberikan harga beli yang bisa dikatakan jauh di atas harga pasar, yaitu sebesar Rp 40.000-Rp 45.000/kg untuk produk green bean grade satu (1). Harga ini tentu sangat jauh dibandingkan dengan harga yang biasanya diberikan oleh tengkulak yang hanya sebesar Rp 20.000/kg untuk produk green bean asalan, atau harga dasar kopi Robusta dalam bentuk green bean dunia yang pada saat tulisan ini dibuat (30 September 2021) sebesar Rp 28.446/kg untuk *green bean Erste Kwaliestet* (EK) 4 (ico.org). Sebagai informasi tambahan, harga ini (Rp 28.446) adalah harga untuk kopi robusta *green bean grade 4* kualitas ekspor yang memiliki nilai cacat dalam biji kopi antara 45-60 dalam 300 gram biji kopi (GAEKI).

Selain memberikan harga beli di atas harga pasar, Etnic Coffee Lombok juga memberikan fasilitas kredit bagi para petani kopi yang harus dikembalikan dalam bentuk jumlah hasil panen kopi yang berkualitas dengan harga beli yang telah disampaikan sebelumnya. Tidak hanya sampai di situ, Etnic Coffee Lombok juga membentuk rantai distribusi dengan mengakomodir keberadaan pekerja wanita di wilayah tersebut. Saat ini mereka telah membentuk dua (2) kelompok pengolah yang terdiri dari wanita-wanita yang berasal dari wilayah tersebut, setiap kelompok beranggotakan sepuluh (10) wanita. Kelompok pengolah tersebut selain bertugas sebagai perantara antara Etnic Coffee Lombok dengan para petani kopi, mereka juga diberikan kesempatan untuk menghasilkan produk mereka sendiri. Produk yang dijual oleh kelompok

pengolah ini adalah kopi bubuk kemasan bermerek Kopi Rempek (sudah bersertifikat merek) yang hingga saat ini sudah memiliki beberapa varian dan sudah menjangkau pasar Kalimantan dan Sulawesi.

Sistem yang diterapkan oleh Etnic Coffee Lombok kepada para mitranya ini sudah bisa dikategorikan dalam *direct trade*. Hal ini dilihat dari harga yang diberikan kepada mitra (Petani dan Kelompok Pengolah) jauh di atas harga pasar, dimana dalam hal ini adalah harga komoditi kopi berdasarkan harga *stock market*. Naik turunnya harga komoditi kopi di *stock market* tidak dijadikan acuan untuk membeli hasil panen para petani, namun lebih pada kualitas dan citarasa biji kopi yang dihasilkan.

Lalu apakah pengusaha dalam hal ini Etnic Coffee Lombok akan mengalami kerugian karena tidak mengikuti harga *stock market*? Tentu tidak, karena di ‘dunia kopi’ ada istilah *Specialty Coffee* yang merujuk pada kopi *Single Origin* yang memiliki harga tersendiri di luar harga yang ditetapkan berdasarkan stock market yang lebih mengakomodir jenis ‘*Blended Coffee*’. Harga *Specialty Coffee* sendiri ditentukan berdasarkan kualitas yang dihasilkan melalui ‘seni’ yang diterapkan oleh para *roastery*. Harga yang ‘independen’ inilah yang menjadi alasan mengapa *roastery* berani memberikan harga tinggi kepada para mitranya.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pemberdayaan haruslah bersifat menyeluruh dan kontinyu, tidak hanya sekedar memberikan penyuluhan-penyuluhan lalu dilepas begitu saja tanpa pendampingan jangka Panjang. Satu hal yang paling penting dalam pemberdayaan adalah terbukanya informasi pasar, karena hal inilah yang tidak bisa didapatkan oleh mereka yang diberdayakan tersebut terutama petani. Dengan adanya informasi pasar, para petani yang telah mendapatkan

pengetahuan melalui pemberdayaan tersebut tahu kemana harus menjual hasil panen mereka agar tidak terjebak kembali ke dalam jeratan tengkulak, sehingga keadaan hidup mereka bisa menjadi lebih baik.

Pemberdayaan yang bersifat menyeluruh dan kontinyu inilah yang dilakukan oleh Etnic Coffee Lombok sejak 2017 di Desa Rempek Kabupaten Lombok Utara. Melalui pendekatan personal yang dilakukan, Etnic Coffee Lombok berhasil meyakinkan para petani dan kelompok pengolah untuk mau bekerjasama dalam satu sistem *partnership* yang saling menguntungkan. Bermula dari 1 (satu) kelompok pengolah yang hanya membawahi 2 (dua) petani kopi pada tahun 2017, sistem yang ditawarkan Etnic Coffee Lombok ini sudah berhasil membentuk 2 (dua) kelompok pengolah yang membawahi 43 petani kopi di Desa Rempek saja.

Konsep *Direct Trade* yang diterapkan tersebut banyak memberikan perubahan bagi para mitra yang bekerjasama. Yang paling terlihat bagi petani kopi dan kelompok pengolah di Desa Rempek adalah pengetahuan dan perubahan harga jual yang bisa mereka dapatkan. Bagi petani kopi, jika sebelumnya green bean yang mereka hasilkan hanya dihargai Rp 20.000/kg, saat ini mereka bisa mendapatkan harga Rp 40.000-Rp 45.000/kg. Tugas mereka hanya menjaga kualitas kopi yang mereka tanam dengan mengikuti teknik-teknik yang telah diberikan kepada mereka. Bahkan walaupun berada di dalam sistem, para petani kopi diberikan kebebasan untuk menjual ke pihak manapun yang dianggap mampu memberikan harga terbaik bagi mereka. Namun, karena telah terbentuknya ikatan emosional antara pihak-pihak yang bekerjasama, para petani kopi tetap menjual hasil panen mereka kepada Etnic Coffee Lombok.

Bagi kelompok pengolah, perubahan juga sangat dirasakan dari

semakin banyaknya variasi produk yang bisa mereka produksi, serta jangkauan pasar yang semakin luas. Jika dulu mereka hanya menjual produknya di pasar-pasar tradisional, saat ini jangkauan pasar produk mereka berhasil menembus Kalimantan dan Sulawesi.

### Saran

Pemberdayaan dan pendampingan berkelanjutan dengan menerapkan sistem *Direct Trade* yang dilakukan Etnic Coffee Lombok ini perlu mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah daerah baik itu Pemerintah Kabupaten maupun Pemerintah Provinsi. Bukan tidak mungkin sistem yang telah berjalan selama hampir 5 (lima) tahun tersebut bisa diduplikasi untuk diterapkan di daerah-daerah lain. Jika Sumber Daya Manusia yang dimiliki Pemerintah Daerah terbatas, mereka bisa menggunakan Sumber Daya Manusia yang lebih berpengalaman di bidangnya untuk diajak bekerjasama. Dengan telah terbentuknya *Lombok Specialty Coffee Association* (LSCA) baru-baru ini harusnya bisa menjadi momentum agar kopi-kopi terbaik NTB bisa masuk ke dalam peta kopi nasional. Sebagai gantinya, Pemerintah mungkin bisa memberikan kompensasi pajak bagi *café* dan restaurant yang mereka miliki, memberikan informasi dan akses agar mudah untuk melakukan ekspor, dan ikut berinvestasi dalam kegiatan mereka melalui Badan Usaha Milik Daerah.

Penelitian ini hanya dilakukan di Desa Rempek KLU. Masih ada petani-petani kopi dan kelompok-kelompok pengolah lainnya yang tersebar di beberapa wilayah seperti Desa Selelos, Desa Munggal, dan Desa Genggeling yang tergabung dalam kelompok pemberdayaan Etnic Coffee Lombok tersebut, sehingga penelitian terkait sistem pemberdayaan tersebut masih perlu dilakukan kembali dalam beberapa tahun ke depan. Selain itu, ada pula beberapa *roastery* lokal yang juga melakukan hal yang sama di wilayah yang berbeda di Provinsi NTB, yang masih bisa

diteliti dampak dari Kerjasama yang mereka lakukan dengan para petani lokal.

provinsi-ntb, diakses pada tanggal 15 Oktober 2021

#### DAFTAR PUSTAKA

Aklimawati, L.Y., Yusianto, & Mawardi, S. (2014). Characteristics of Quality Profile and Agribusiness of Robusta Coffee in Tambora Mountainside, Sumbawa. *Pelita Perkebunan (a Coffee and Cocoa Research Journal)*, 30(2), 159-180. <https://doi.org/10.22302/iccricri.jur.pelitaperkebunan.v30i2.1>

<https://data.ntbprov.go.id/dataset/rekapitulasi-produksi-luas-panen-dan-produktivitas-kopi-robusta-di-provinsi-ntb>, diakses pada tanggal 15 Oktober 2021

Camfield, L. (2011). Quality of Life in Developing Countries. *Handbook of Social Indicators and Quality of Life Research*, 399–432. doi:10.1007/978-94-007-2421-1\_19

<http://gaeki.or.id/en/areal-dan-produksi/>, diakses pada tanggal 31 Mei 2021  
<http://gaeki.or.id/standar-mutu/>, diakses pada tanggal 30 September 2021

Dragusanu, Raluca, Daniele Giovannucci, and Nathan Nunn. 2014. "The Economics of Fair Trade." *Journal of Economic Perspectives*, 28 (3): 217-36. DOI: 10.1257/jep.28.3.217

<https://ico.org/prices/p1-September2021.pdf>, diakses pada tanggal 30 September 2021

Eckermann, E. (2011). The Quality of Life of Adults. *Handbook of Social Indicators and Quality of Life Research*, 373–380. doi:10.1007/978-94-007-2421-1\_17

<https://www.ico.org/documents/cy2020-21/sc-106e-rules-indicator-prices.pdf>, diakses pada tanggal 30 September 2021

Friedmann, John. (1992). *Empowerment: The Politics of Alternative Development*. Massachusetts: MT Press.

<https://www.oecd.org/sdd/47917288.pdf>, diakses pada tanggal 31 Mei 2021

<https://7cornerscoffee.com/fair-trade-vs-direct-trade-whats-the-difference/>, diakses pada tanggal 15 November 2021

<https://ottencoffee.co.id/majalah/fair-trade-dan-direct-trade-apa-bedanya>, diakses pada tanggal 15 November 2021

<https://data.ntbprov.go.id/dataset/rekapitulasi-produksi-luas-panen-dan-produktivitas-kopi-arabika-di->

<https://wfto.com/our-fair-trade-system#10-principles-of-fair-trade>, diakses pada tanggal 15 November 2021

[https://www.who.int/mental\\_health/media/68.pdf](https://www.who.int/mental_health/media/68.pdf), diakses pada tanggal 31 Mei 2021

Hunt, S. (1999). The researcher's tale: A story of virtue lost and regained. *Quality of Life Research*, 8(7), 556. In C. R. B. Joyce, C. A. O'Boyle, & H. McGee (Eds.), *Individual quality of life: Approaches to conceptualization and assessment*. Amsterdam: Harwood Academic

- Galloway, S., Bell, D., Hamilton, C., & Scullion, A. (2005). Well-being and Quality of Life: Measuring the Benefit of Culture and Sport. A literature review and Thinkpiece. Scottish Social Research.
- Hutomo, Mardi Yatmo. (2000). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi: Tinjauan Teoritik dan Implementasi. *Jurnal Naskah* No. 20, Juni-Juli.
- Joni Valkila; Anja Nygren (2010). Impacts of Fair Trade certification on coffee farmers, cooperatives, and laborers in Nicaragua. , 27(3), 321–333. doi:10.1007/s10460-009-9208-7
- Latta, P. (2014). Direct Trade: The New Fair Trade. *Global Societies Journal*, 2. Retrieved from <https://escholarship.org/uc/item/66k9b4km>
- Maani, Karjuni DT. (2011). Teori ACTORS Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Demokrasi*, Vol. X No. 1.
- Malasari, Wilis., Banowati, Eva., & Hariyanto. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Petani Kopi Dalam Upaya Meningkatkan Kuantitas Komoditas Kopi Gunung Kelir. Vol 6 No. 2 2017: Geo – Image. DOI: <https://doi.org/10.15294/geoimage.v6i2.19026>
- Mussatto, S.I., Machado, E.M.S., Martins, S. et al. Production, Composition, and Application of Coffee and Its Industrial Residues. *Food Bioprocess Technol* 4, 661 (2011). <https://doi.org/10.1007/s11947-011-0565-z>
- Noelia Somarriba; Bernardo Pena (2009). Synthetic Indicators of Quality of Life in Europe, 94(1), 115–133. doi:10.1007/s11205-008-9356-y
- Publikasi BPS. (2020). Statistik Daerah Kabupaten Lombok Utara
- Pratiwi, Y., & Ita, S. (2015). The role of farmer cooperatives in the development of coffee value chain in east nusa tenggara indonesia. [Unpublished doctoral dissertation]. Humboldt University of Berlin.
- Rizal, Derry Ahmad. (2017). Pemberdayaan Berbasis Kemitraan Antara Pemerintah Dengan Kelompok Tani Tri Tunggal Wonorejo. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan* Vol 1 No 2 hal. 317-334. DOI: <https://doi.org/10.14421/jpm.2017.012-07>
- Samadara, Selfesina dkk. (2016). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Kemitraan, Studi Kasus Nelayan Desa Sulamu Kabupaten Kupang, NTT. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam STAIN Kudus*, Vol. 4 No 1, Juni 2016. ISSN 24423718
- Santosa, S., Prihatini, D., Purwanto, A., Jumiati, A., & Susilo, D. (2016). PENGEMBANGAN POLA KEMITRAAN DALAM RANGKA PENGENTASAN KEMISKINAN DI JAWA TIMUR. *UNEJ E-Proceeding*, 601-611. Retrieved from <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/3736>
- Sarirahayu, K., & Aprianingsih, A. (2018). Strategy to Improving Smallholder Coffee Farmers Productivity. *The Asian Journal Of Technology*



- Management (AJTM), 11(1), 1-9.  
doi:10.12695/ajtm.2018.11.1.1
- Schmidt, A., & Bullinger, M. (2007). Cross-cultural quality of life assessment approaches and experiences from the healthcare field. In I. Gough & J. A. Mcgregor (Eds.), *Wellbeing in developing countries: New approaches and research strategies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sen, Amartya. (1984). *Resource, Value, and Development*. New York: Wiley
- Setiawati, A. et al. (2021). The Role of the Sawangan Organic Rice Farmers Association in Increasing the Economic Value of Organic Rice: Case Study in Sawangan, Magelang IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci. 715 012011. DOI: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/715/1/012011>
- Sumidiningrat, Gunawan. (1999). *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaring Pengaman Sosial*. Jakarta: Gramedia.
- Sumarti, T., Rokhani, R., & Falatehan, S. F. (2017). Strategi Pemberdayaan Petani Muda Kopi Wirausaha di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Penyuluhan*, 13(1), 31-39. DOI: <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v13i1.15165>
- Zainuri, A., Wardhono A., Sutomo, & Ridjal J.A. (2015). Competitiveness Improvement Strategy of Soybean Commodity: Study of Food Security in East Java – Indonesia. *AGRIS on-line Papers in Economics and Informatics* Vol. VII No. 3 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.231873>