

## DAYA SAING DAN PROFIL PRODUK AGROINDUSTRI KOPI SKALA KECIL (KAJIAN DI PROPINSI LAMPUNG)

Adang Agustian

*Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian*

### ABSTRAK

Peranan agroindustri komoditas perkebunan rakyat semakin menonjol terutama pada saat terjadi krisis ekonomi. Khusus pada komoditas kopi, perolehan devisa ekspor asal kopi biji dan kopi olahan (ekstrak dan roasted) pada tahun 2002 mencapai \$ US 339,88 juta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetengahkan gambaran agroindustri (industri pengolahan) kopi bubuk skala kecil, analisis biaya - pendapatan serta daya saing produk agroindustri kopi bubuk skala kecil, dan pemasaran produk agroindustri tersebut dilokasi penelitian Propinsi Lampung. Penelitian dilakukan pada tahun 2003, dengan sample penelitian mencakup industri pengolah kopi bubuk skala kecil, pedagang kopi dan petani kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Pengembangan agroindustri kopi bubuk di Lampung masih potensial untuk lebih berkembang lagi. Ketersediaan bahan baku kopi biji dilokasi penelitian, dan peluang pemasaran yang masih luas merupakan hal penting yang menjadi bagian pendukungnya; (2) Hingga tahun 2002, jumlah industri yang mengolah kopi menjadi kopi bubuk dan kopi sangray (oven) di Lampung mencapai 49 unit dengan kapasitas yang bervariasi antara 2-80 ton per tahun. Pada sample penelitian industri pengolahan kopi bubuk skala kecil, rata-rata kebutuhan bahan baku mencapai 8,4 ton/tahun dan menghasilkan kopi bubuk sebesar 6 ton/tahun. Harga perolahan bahan baku kopi biji dari petani di lokasi penelitian Lampung seharga Rp 3200/Kg, sementara harga jual kopi bubuk mencapai Rp 13000- Rp 14000/Kg; (3) Hasil analisis keuntungan terhadap industri pengolahan kopi bubuk ini dari setiap ton bahan baku mencapai Rp 3.114.581, dengan R/C rasio sebesar 1,54; (4) Pengolahan kopi bubuk skala kecil ini ternyata cukup dominan menggunakan biaya input domestic, sehingga diharapkan akan memiliki daya saing yang kuat dipasaran luas. Hasil analisis daya saing diperoleh koefisien DRCR (*Domestic Resources Cost Ratio*) dan PCR (*Private Cost Ratio*) sebagai indikator keunggulan komparatif dan kompetitif sebesar 0,38 dan 0,46 yang berarti usaha pengolahan kopi bubuk ini cukup efisien dan memiliki daya saing terutama untuk promosi ekspor; (5) Selama ini, orientasi pemasaran kopi bubuk skala kecil masih bertumpu pada pasar domestic (toko-toko, supermarket, dan pemasaran keluar kota yaitu Ke P.Jawa). Peluang pasar yang lebih luas masih cukup terbuka terutama bagi ekspor untuk produk olahan ini sehingga nilai tambah dari kegiatan agroindustri ini dapat lebih tinggi lagi. Perbaikan mutu produk olahan dan dukungan berbagai pihak termasuk kebijakan pemerintah dalam mendorong pengembangan agroindustri kopi rakyat perlu ditingkatkan lagi sehingga kinerja pengembangannya akan lebih tinggi lagi dimasa mendatang.

**Kata Kunci :** Industri Pengolahan (Agroindustri), Kopi, Daya saing.

### ABSTRAK

Agro-industrial role of small scale estate commodity is important especially during economic crises. Specially for coffee commodity, export foreign achievement of green and processed coffee (roasted and extract) are US \$ 339.88 million in 2002. The aims of the research are to describe profile of cost and benefit analysis, its competitiveness and market oriented. The research have done in 2003 in Lampung that enumerate of small-scale powder coffee industries, coffee traders, and coffee farmers. The results of research show that: (1) The development of coffee powder industry in Lampung can be expanded more, potentially. Availability of green coffee as industrial raw material and more opened market become an important supporting situation; (2) Up till 2002, number of industrial coffee processing (powder coffee and oven coffee) is 49 unit with variation capacity between 2-80 ton per year. Case on small- scale coffee industry need green coffee 8,4 ton per year and produce coffee powder 6 ton per year. Green coffee price in farm gate is Rp 3200 per kg, while powder coffee price is Rp 13000 – Rp 14000 per kg; (3) The benefit of this industry is

Rp 3.114.581 under R/C ratio 1,54; (4) Small scale powder coffee industry use domestic input resources, dominantly. Thus, it has a strong competitiveness in market. Coefficient DRC (Domestic Resources Cost Ratio) and PCR (Private Cost Ratio) as indicators of comparative and competitive advantage are 0,38 and 0,46, respectively. It means coffee powder industry in research location is efficient enough and it has a high competitiveness especially for export promotion; (5) Product marketing of small scale powder coffee industry is still limited on domestic market ( store, supermarket locally and other area also, like Java island). Wide marketing opportunity of product still open especially for export, in order to increase their industrial value added. While, improving in product quality and supporting in government policy motivate small-scale powder coffee industry to develop their business in the future.

**Keywords :** Agro-industry, coffee, competitiveness.

## **PENDAHULUAN**

Peranan agroindustri komoditas pertanian semakin menonjol terutama pada saat terjadi krisis ekonomi. Khusus pada komoditas kopi, perolehan devisa ekspor nasional asal kopi biji dan kopi olahan (ekstrak dan roasted) pada tahun 2002 mencapai US \$ 339,88 juta . Di Propinsi Lampung sendiri, perolehan nilai ekspor kopi mencapai US \$ 99,46 juta. Disamping itu, kegiatan agroindustri (industri pengolahan) juga dapat berperan dalam penyerapan tenaga kerja. Selama Pelita VI, tenaga kerja yang terserap pada industri pengolahan skala besar dan sedang masing-masing sebanyak 1.791.703 dan 4.408.778 orang.

Pada era globalisasi ekonomi (perdagangan), akan semakin terbuka bagi produk agroindustri komoditas perkebunan termasuk komoditas kopi nasional di pasar dunia. Konsekuensinya adalah bahwa produk agroindustri tersebut harus mampu bersaing di pasaran luas, karena berhadapan dengan produk sejenis dari negara lain. Akibat persaingan tersebut, jika daya saing produk kopi nasional relatif tinggi maka akan semakin memacu volume dan devisa ekspor nasional. Namun, sebaliknya jika daya saing rendah maka akan menjadi ancaman bagi keberlanjutan produksi dan ekspornya sehingga pada akhirnya akan dapat mengganggu perbaikan kesejahteraan petani. Oleh karena itu, upaya memperbaiki kinerja daya saing produk agroindustri kopi nasional perlu diupayakan secara baik.

Di Propinsi Lampung, potensi pengembangan agroindustri kopi sangat didukung oleh ketersediaan bahan baku (biji kopi). Cukup melimpahnya sumberdaya domestik di wilayah ini, maka pengembangan agroindustri kopi dengan jaringan pemasaran yang luas bahkan ekspor akan turut memperbaiki kesejahteraan petani. Hal ini disebabkan bahwa pada komoditas ini dengan orientasi pemasarannya tidak hanya bertumpu pada komoditas primer semata (Kopi biji), tetapi juga dipasarkan (di ekspor) dalam bentuk olahan maka akan memperoleh nilai tambah dari kegiatan pengolahan tersebut dan pada gilirannya akan lebih memperbaiki tingkat harga di tingkat produsen. Seperti halnya pada negara-negara produsen kopi dunia (Misalnya : Brasil), orientasi ekspor kopinya sudah mengarah pada bentuk olahan (kopi roasted dan ekstrak) untuk meraih devisa ekspor yang lebih besar. Hal ini mengingat seringkali harga ekspor kopi biji di tingkat dunia cenderung berfluktuatif bahkan menurun.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetengahkan gambaran agroindustri (industri pengolahan) kopi bubuk skala kecil, analisis biaya - pendapatan serta daya saing produk agroindustri kopi bubuk skala kecil, dan pemasaran produk agroindustri tersebut di lokasi penelitian.

## METODE PENELITIAN

### Kerangka Pemikiran

#### *Konsepsi Agroindustri*

Agroindustri merupakan suatu subsistem dari sistem agribisnis. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh J. Davis dan R. Goldberg (1957) bahwa agribisnis merupakan rangkaian semua kegiatan yang berkecimpung dalam pabrik dan distribusi alat-alat maupun bahan untuk pertanian, kegiatan produksi pertanian, pengolahan, penyimpanan dan distribusi komoditas pertanian atau barang-barang yang dihasilkannya. Kini pengertian umum yang agribisnis banyak digunakan adalah pengertian agribisnis yang luas yang meliputi empat subsistem atau kegiatan (Masyhuri, 1995) yaitu: (1) subsistem input produksi pertanian, (2) subsistem produksi pertanian, (3) subsistem output pertanian yang terdiri dari subsistem agroindustri dan pemasaran, serta (4) subsistem penunjang.

Khusus pada subsistem output pertanian terdapat kegiatan agroindustri yaitu suatu kegiatan yang mentransformasikan bahan baku hasil pertanian menjadi bahan jadi atau setengah jadi, dan pemasaran yang memasarkan hasil pertanian serta hasil agroindustri kepada konsumen, baik konsumen dalam negeri maupun luar negeri.

Austin (1981) mengidentifikasi agroindustri sebagai pengolahan bahan baku yang bersumber dari tanaman atau binatang. Pengolahan yang dimaksud meliputi pengolahan berupa proses transformasi dan pengawetan melalui perubahan fisik atau kimiawi, penyimpanan, pengepakan, dan distribusi. Pengolahan dapat berupa pengolahan sederhana seperti pembersihan, pemilihan atau grading dan pengepakan hasil segar atau dapat pula berupa pengolahan yang lebih canggih seperti pengolahan yang menggunakan enzim murni untuk merubah tepung jagung menjadi pemanis berfruktosa tinggi. Dengan perkataan lain, pengolahan adalah suatu operasi atau rentetan operasi terhadap suatu bahan mentah untuk dirubah bentuknya dan atau komposisinya. Dari definisi tersebut terlihat bahwa pelaku agroindustri berada di antara petani yang memproduksi hasil pertanian sebagai bahan baku agroindustri dari konsumen atau pengguna hasil agroindustri. Sementara, Hicks (1995) memberikan definisi sebagai tambahan rincian bahwa agroindustri adalah kegiatan dengan ciri: (i) Meningkatkan nilai tambah; (ii) Menghasilkan produk yang dapat dipasarkan atau digunakan atau dimakan; (iii) Meningkatkan daya simpan; dan (iv) Menambah pendapatan dan keuntungan produsen.

Agroindustri sering dipandang sebagai sektor yang banyak menggunakan tenaga kerja dan relatif tidak banyak memerlukan modal guna menambah nilai kepada bahan mentah dan terletak dekat dengan lokasi produksi bahan mentah. Ia merupakan tempat pelatihan dasar bagi wirausahawan, dan penyumbang devisa. Menurut Brown, Deloitte dan Tonche (1994), agroindustri lebih mudah dikembangkan dan memberikan manfaat sebagai berikut:

- (1) Meningkatkan nilai tambah. Kebanyakan agroindustri mengawetkan atau mengubah bahan mentah domestik. Bagi agroindustri yang bekerja efisien pada keadaan pasar yang normal, pengolahan agroindustri akan meningkatkan nilai bahan mentah sehingga mendorong dan menstabilkan produksi bahan mentah serta meningkatkan nilai tambah dalam ekonomi berupa upah, bunga, sewa, dan keuntungan.
- (2) Memperluas kesempatan kerja. Produk hasil olahan biasanya lebih ringan dari bahan mentah sehingga biaya transpornya relatif lebih rendah. Dengan alasan tersebut maka lokasi pengolahan agroindustri sering didekatkan dengan lokasi produksi bahan mentah. Karena produksi pertanian biasanya tersebar maka investasi agroindustri juga tersebar sehingga memberikan kesempatan kerja di luar pusat-pusat penduduk

dan menjadi pusat pertumbuhan bagi kegiatan-kegiatan pelengkap sehingga mendorong terjadinya pembangunan yang lebih tersebar secara geografis.

- (3) Lebih mudah dikembangkan. Pengembangan agroindustri merupakan cara yang cukup menarik untuk mendorong pembangunan industri karena secara keseluruhan agroindustri kurang tergantung pada kegiatan industri lainnya jika dibandingkan dengan perusahaan yang menghasilkan produk yang tidak berkaitan dengan pertanian.

Sementara itu, potensi dan peluang pengembangan pengolahan dan pemasaran produk pertanian masih cukup besar dan masih belum optimal. Permintaan akan produk agroindustri komoditas perkebunan terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan penduduk dan semakin meningkatnya pendapatan masyarakat. Peluang pasar produk olahan hasil pertanian masih terbuka baik di pasar domestik maupun ekspor (Nuhung, 2001). Beragam jenis produk olahan dengan nilai tambah yang tinggi memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memilih berbagai alternatif jenis olahan untuk dikembangkan sesuai dengan karakteristik dan minat. Namun, terdapat beberapa kendala dan hambatan seperti efisiensi produksi yang masih rendah, demikian pula mutu produk yang masih belum memenuhi standar kualitas, masalah kontinuitas suplai bahan baku dan umumnya kondisi agroindustri lebih didominasi skala kecil.

#### *Daya Saing Produk*

Seiring dengan adanya kesepakatan-kesepakatan *World Trade Organization* (WTO) terutama setelah Januari 1995, maka ekspor komoditas perkebunan rakyat Indonesia mempunyai peluang makin besar untuk bisa masuk ke pasar negara-negara tujuan. Namun pada saat yang bersamaan, komoditas perkebunan rakyat Indonesia juga bisa terancam oleh masuknya komoditas yang sama dari luar. Besarnya peluang ekspor dan ancaman impor tersebut sangat tergantung pada daya saing komoditas perkebunan rakyat Indonesia yang bersangkutan. Makin tinggi daya saing, maka makin besar peluang ekspor dan makin kecil ancaman impor tersebut.

Berbagai pengertian daya telah banyak diungkapkan oleh berbagai pihak. Menurut Martin, Westgren and van Duren, 1991 dalam Rahman *et al*, 2002 bahwa daya saing didefinisikan sebagai "*the sustained ability to profitability gain and maintained market share*". Dalam hal ini, diungkapkan bahwa usaha suatu komoditas agroindustri mempunyai daya saing jika ia mampu mempertahankan profitabilitasnya dan pangsa pasarnya. Faktor pemicu daya saing terdiri dari teknologi, produktivitas, input dan biaya, struktur industri dan kondisi permintaan, sedangkan faktor-faktor yang berpengaruh terdiri dari: (a) faktor yang dapat dikendalikan oleh unit usaha, seperti strategi, produk, teknologi, pelatihan, biaya, riset dan pengembangan; dan (b) faktor yang dikendalikan oleh pemerintah, seperti lingkungan bisnis (pajak, suku bunga, nilai tukar), kebijakan perdagangan, kebijakan riset dan pengembangan, pendidikan dan pelatihan, dan regulasi/standar; (c) faktor yang semi terkendalikan seperti harga input dan kondisi permintaan; dan (d) faktor yang tidak dapat dikendalikan seperti lingkungan alam.

Menurut Simatupang (2002), analisis daya saing ini sangat penting untuk mengetahui apakah suatu usaha tersebut layak dikembangkan secara ekonomis. Daya saing suatu usaha dalam hal ini dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu usaha untuk tetap layak secara privat (finansial) pada kondisi teknologi usahatani, lingkungan ekonomi dan kebijakan pemerintah yang ada. Pada sistem perekonomian terbuka, daya saing untuk komoditas perkebunan rakyat berarti kemampuan usaha komoditas perkebunan rakyat domestik untuk tetap layak secara finansial pada kondisi harga input maupun output *tradable* sesuai dengan harga paritas impornya.

Untuk mengukur daya saing komoditas pertanian dapat didekati dengan dua pendekatan yaitu menghitung keunggulan kompetitif dan komparatif. Monke dan Pearson

(1989) mengemukakan bahwa untuk mengukur keunggulan kompetitif dapat didekati dengan cara menghitung profitabilitas privat, sedangkan untuk mengukur keunggulan komparatif dapat dilakukan dengan menghitung profitabilitas sosial. Dalam hal ini, keunggulan komparatif dapat ditunjukkan oleh koefisien nilai DRCR serta keunggulan kompetitif dapat ditunjukkan oleh koefisien nilai PCR nya. Dalam penelitian ini, untuk melihat seberapa jauh produk agroindustri kopi skala kecil memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif akan dilakukan perhitungan nilai DRCR dan PCR.

### Lokasi, Sampel Responden dan Data

Penelitian ini dilakukan di Propinsi Lampung pada tahun 2002. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi : (i) data primer diperoleh dari hasil wawancara terhadap 6 industri pengolahan kopi bubuk skala kecil dan juga dari sekitar 30 petani kopi serta pedagang kopi dilokasi penelitian; dan (ii) data / Informasi sekunder lainnya diperoleh dari Dinas Koperindag , dari AEKI (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia) Propinsi Lampung dan dari Dinas Perkebunan. Berbagai data sekunder terkait kajian ini juga diperoleh dari berbagai literatur/pustaka dan hasil-hasil studi sebelumnya.

### Model Analisis

Analisis yang digunakan pada tulisan ini meliputi analisis deskriptif kualitatif serta kuantitatif. Data-data yang diperoleh baik data *cross section* maupun series waktu disajikan dalam tabel silang sederhana dan dibahas dengan diperkaya informasi kualitatif dari hasil penelitian. Selanjutnya, untuk analisis Keunggulan Komparatif dan Kompetitif yang merupakan salah satu indikator daya saing komoditas kopi di level pengolahan (produk olahan kopi bubuk) akan dilakukan estimasi nilai DRCR (*Domestic Resources Cost Ratio*) dan PCR (*Private Cost Ratio*). Beberapa penelitian sebelumnya dengan metode ini pernah dilakukan seperti oleh Hutabarat *et al.* 1996; Rachman *et al.* 2002; Hadi *et al.* 1999; dan Simatupang, 2002. Makin kecil nilai DRCR dan PCR maka semakin besar daya saing komoditas pertanian tersebut. Rumus DRCR dan PCR disajikan sebagai berikut:

$$DRCR = \frac{DFC_{HS}}{(R_{HS} - TIC_{HS})} \dots\dots\dots (1)$$

dengan keterangan:  $DFC_{HS} = \sum (X_d P_{dHS})$ ;  $R_{HS} = \sum (Q_y P_{yHS})$ ;  
 $TIC_{HS} = \sum (X_t P_{tHS})$

DRCR = *Domestic Resource Cost Ratio*

$DFC_{HS}$  = Jumlah biaya faktor domestik dengan harga sosial

$R_{HS}$  = Jumlah penerimaan kotor dengan harga sosial

$TIC_{HS}$  = Jumlah biaya *input tradable* dengan harga sosial

$X_d$  = Jumlah penggunaan faktor domestik

$P_{dHS}$  = Harga sosial faktor domestik

$Q_y$  = Jumlah *output tradable*

$P_{yHS}$  = Harga sosial *output tradable*

$X_t$  = Jumlah penggunaan input tradable

$P_{tHS}$  = Harga sosial *input tradable*

$$PCR = \frac{DFC_{HP}}{(R_{HP} - TIC_{HP})} \dots\dots\dots (2)$$

dengan keterangan:  $DFC_{HP} = \sum (X_d P_{dHP})$ ;  $R_{HS} = \sum (Q_y P_{yHP})$ ;  
 $TIC_{HP} = \sum (X_t P_{tHP})$

- PCR = *Private Cost Ratio*  
 $DFC_{HP}$  = Jumlah biaya faktor domestik dengan harga *private*  
 $R_{HP}$  = Jumlah penerimaan kotor dengan harga *private*  
 $TIC_{HP}$  = Jumlah biaya *input tradable* dengan harga *private*  
 $X_d$  = Jumlah penggunaan faktor domestik  
 $P_{dHP}$  = Harga *private* faktor domestik  
 $Q_y$  = Jumlah *output tradable*  
 $P_{yHP}$  = Harga *private output tradable*  
 $X_t$  = Jumlah penggunaan *input tradable*  
 $P_{tHP}$  = Harga *private input tradable*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perkembangan Areal dan Produksi Kopi di Lampung

Seperti disajikan pada Tabel 1, bahwa pada periode waktu hampir sepuluh tahun terakhir (1990 – 2002), areal kopi perkebunan rakyat di Propinsi Lampung mengalami peningkatan sebesar 4,59 persen per tahun. Peningkatan areal tersebut secara dominan memicu peningkatan produksi sebesar 1,42%/tahun. Perlu di informasikan bahwa areal kopi di Lampung hampir secara keseluruhan merupakan areal perkebunan rakyat, dengan jenis kopi dominan yang ditanam adalah kopi robusta.

Antara kurun waktu 1997 – 1999, terlihat bahwa areal kopi di Lampung mengalami penurunan. Penurunan areal kopi rakyat di Lampung mencapai 0,76 %/tahun. Namun produksinya masih dapat meningkat sebesar 10,83%/tahun, akibat masih dapat meningkatnya produktivitas sebesar 10,83%/tahun. Peningkatan produktivitas kopi disebabkan oleh latar belakang membaiknya harga kopi yang mendorong untuk tetap memperbaiki produksi yang dihasilkan dengan penyediaan input produksi seperti pupuk pada usahatani dengan harapan harga tetap tinggi sehingga pendapatan akan lebih baik lagi. Sementara alasan penurunan areal, sama seperti telah dijelaskan pada level nasional.

Selanjutnya, pada selang tahun 1999 – 2002, areal kopi rakyat di Lampung mulai meningkat lagi sebesar 11,50%/tahun, yang menyebabkan produksi meningkat 1,60%/tahun. Namun produktivitas kopi rakyat mengalami penurunan sebesar 12,98%/tahun. Hal ini diduga dengan fenomena harga kopi yang semula diharapkan naik, tapi justru terus menurun. Di sisi lain, harga pupuk dan obat-obatan dirasakan tinggi oleh petani. Rendahnya pendapatan usahatani kopi yang diperoleh, menyebabkan sangat jarang petani melakukan kegiatan pemupukan terlebih menggunakan pupuk berimbang. Hal ini tentunya berdampak terhadap penurunan produktivitas kopi rakyat. Pada tahun 2002, luas arealnya mencapai 203.281 hektar, dengan tingkat produksi dan produktivitasnya mencapai 100.207 ton dan 4,9<sup>2</sup> ku/ha.

Tabel 1. Perkembangan Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kopi di Propinsi Lampung, 1990 – 2002

Tahun	Luas (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (ku/ha)
1990	121271	85719	7,07
1991	121382	85820	7,07
1992	130147	90573	6,96
1993	129348	90878	7,03
1994	131452	59635	4,54
1995	131921	74059	5,61
1996	133392	84064	6,30
1997	133604	77659	5,81
1998	144217	63776	4,42
1999	131536	94709	7,20
2000	205000	100131	4,88
2001	203280	100185	4,93
2002	203281	100207	4,93
Trend %/th):			
1990-1997	1,42	-2,14	-3,62
1997-1999	-0,76	10,83	11,94
1999-2002	11,49	1,67	-12,34
1990-2002	4,59	1,42	-2,92

Sumber: Ditjenbun (2002)

### Industri Pengolahan Kopi di Lampung

Menurut Data Koperindag dan Disbun Lampung (2002), bahwa jumlah industri pengolah kopi yang menghasilkan kopi bubuk atau instant terbagi dua kelompok yaitu (1) industri pengolah menengah dan sedang, yang jumlahnya ada sekitar 8 perusahaan (6 industri kopi bubuk dan 2 industri kopi instant) dan rata-rata kapasitas per perusahaan/tahun sekitar 20.000 ton; dan (2) industri skala kecil. Jumlah industri kopi bubuk dengan skala kecil di Propinsi Lampung adalah sekitar 49 buah dengan kapasitas masing-masing berkisar antara 2 – 80 ton per tahun. Penyebaran lokasi industri pengolah terbesar ada di wilayah Kota Bandar Lampung, sedangkan di kabupaten lainnya berkisar antara 1 – 4 buah industri pengolah. Jumlah penyebaran pengolah ini sangat tergantung dari prospek pasar produk olahan. Industri pengolahan di Bandar Lampung daerah pemasaran hasil olahannya sampai ke Pulau Jawa.

Tabel 2. Nama Perusahaan dan Kapasitas Produk di Lampung, 2003.

No.	Kabupaten	Jumlah perusahaan	Jumlah kapasitas produksi (ton)
1.	Kota Bandar Lampung	32	530,5
2.	Lampung Selatan	4	123,3
3.	Lampung Utara	2	38,0
4.	Lampung Tengah	1	15,0
5.	Metro	3	72,9
6.	Lampung Barat	1	20,0
7.	Way Kanan	3	8,0
8.	Tanggamus	1	10,0
9.	Lampung Timur	2	30,0
Jumlah		49	820,7

Sumber: Kantor Perdagangan dan Perindustrian, Propinsi Lampung, 2003

Status usaha industri skala kecil ini bervariasi mulai dari PT, CV, Usaha Bersama, Koperasi dan industri rumah tangga. Namun pada umumnya kopi bubuk yang sudah memiliki kemasan berlabel, mereka biasanya sudah mendaftarkan diri ke Dinas Kesehatan, bahkan sebagian sudah mendaftarkan diri ke Departemen Kehakiman untuk mendapatkan hak paten dari merk yang mereka pakai. Secara rinci jumlah dan kapasitas pada masing-masing kabupaten di Propinsi Lampung adalah tertera pada Tabel 2.

### Industri Kopi Bubuk Skala Kecil/Rumah Tangga Responden

Dari sejumlah sampel penelitian, rataan modal awal industri kecil hanya sekitar Rp 5 juta. Perkembangannya tahap demi tahap, dari mulai kapasitas produksinya sekitar 1 – 2 ton per tahun. Secara umum mulai tahun 2000, industri kecil ini mulai berkembang dan pada umumnya mereka telah memperoleh ijin dari Kantor Dinas Perindag dan dari Depkes. Perkembangan industri kecil ini juga didukung dengan peran aktifnya pemilik dalam berbagai pameran pertanian, dan menyajikan stand produksi kopi bubuk.

Kebutuhan rata-rata bahan baku kopi biji kering per tahun sekitar 8,4 ton dan menghasilkan 6 ton kopi bubuk. Setelah relatif berkembang, kebutuhan akan modalpun kian meningkat bahkan dapat diatas 20 juta-an rupiah. Industri pengolahan kopi bubuk (skala kecil) memperoleh bahan baku dari petani sekitar Lampung ini. Harga beli kopi biji terhadap petani sebesar Rp 3.200/kg dengan maximum kadar air (KA) 20 persen. Hingga saat ini, bahan baku berupa kopi biji masih selalu terpenuhi. Rataan bahan baku yang diperlukan untuk industri pengolahan sekitar 7 kw biji kering/ bulan atau sekitar 8,4 ton kopi biji kering. Dari sekitar 7 kw kopi biji diperoleh 5 kwintal kopi bubuk.

Sementara itu, tenaga kerja yang terserap secara rata-rata pada industri pengolahan ini sekitar 8 orang sebagai tenaga kerja tetap. Namun, tenaga kerja tersebut tidak setiap hari, tetapi mengikuti jadwal kegiatan pengolahan yang sudah ditentukan dan jadwal kerja wajibnya misalnya ditentukan setiap 2 hari dalam seminggunya.

Pada industri pengolahan kopi skala kecil ini peralatan dan mesin yang dimiliki antara lain mesin kupas, mesin giling, generator, alat packing dan timbangan (Tabel 3).

Tabel 3. Rataan Investasi Mesin dan Peralatan yang Dimiliki Industri Pengolahan Kopi Bubuk, 2003

Jenis peralatan/mesin	Jumlah (unit)	Kapasitas alat	Nilai investasi (Rp)
1. Mesin Kupas	3	a. 1,2 ton/hari	Rp 4 juta
		b. 7 kw/hari	Rp 3,4 juta
		c. 1,5 ton/hari	Rp 1,8 juta
2. Mesin giling	3	a. 25 kg/jam	Rp 750.000 (satu dinamo)
		b. 50 kg/jam	Rp 800.000
		c. 20 kg/jam	Rp 1,75 juta (dua dinamo)
3. Generator	1	200 watt	Rp 850.000
4. Alat packing	3	-	Rp 600.000
5. Timbangan	3	-	Rp 390.000

Sumber: DataPrimer (2003).

Tujuan pemasaran kopi bubuk yang dihasilkannya antara lain ke toko-toko, supermarket, koperasi, permintaan lewat pesanan dan ke pasar. Proporsi penjualan kopi bubuk untuk pesanan dan ke pasar paling tinggi proporsinya yaitu masing-masing sekitar 40 persen. Pemasaran ke super market dilakukan secara konsinyasi, yaitu setelah produk terjual baru menerima pembayaran. Penjualan berdasarkan pesanan, seringkali ada pesanan dari toko/warung rekanan dari Jakarta. Pemasaran pun dapat dilakukan melalui



jasa penitipan barang (kopi) ke tujuan pemasaran tertentu sesuai pesanan misalnya seperti ke Surabaya, Palembang dan juga ke kota lainnya.

Harga jual kopi bubuk dari industri pengolah sekitar Rp 13.000 – Rp 14.000/kg. Harga penjualan kopi ke super market sekitar Rp 13.000/kg, sedangkan ke pembeli lainnya sekitar Rp 14.000/kg. Perbedaan ini dimaksudkan agar jatuhnya harga kopi bubuk di tingkat konsumen akan relatif sama. Karena seringkali, untuk supermarket perlu selisih harga yang besar untuk mengkompensasi biaya-biaya yang juga besar dalam penjualannya. Harga kopi di tingkat konsumen dapat mencapai Rp 16.000/ kg.

Produk kopi yang dijual selain berbentuk kopi bubuk, juga kopi sangrai (oven). Kopi oven yang telah dikemas dalam plastik bisa bertahan sekitar 6 bulan, sedangkan kopi bubuk daya tahannya bisa lebih lama lagi yaitu sekitar 1,5 tahun. Harga jual kopi sangrai (oven) di tingkat industri pengolah sekitar Rp 12.000/kg. Tujuan pemasaran bisa sama dengan pemasaran kopi bubuk.

Proses pengolahan kopi diawali yaitu setelah memperoleh kopi yang bagus maximum KA 20%, lalu kopi dicuci bersih selanjutnya disimpan dalam suatu tempat lalu diberi garam untuk mengeluarkan racunnya. Selanjutnya disortir, lalu dijemur sekitar 3 hari untuk memperoleh kadar air maximum 17%. Selanjutnya kopi disangrai (*dioven*), setelah semuanya gosong merata lalu digiling, dipacking dan selanjutnya siap dipasarkan.

#### Analisis Biaya dan Pendapatan Kopi Bubuk Skala Kecil

Pada usaha pengolahan kopi bubuk, diperoleh rataan tingkat penerimaan sekitar Rp 8.872.150/ton/tahun, dan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 5.757.569/ton/tahun, sehingga diperoleh tingkat keuntungan pengolahan sebesar Rp 3.114.581/ton/tahun. Pada bagian biaya produksi, komponen bahan baku mencapai 56 persen dari total biaya, disusul oleh komponen biaya tenaga kerja, BBM, listrik, pemeliharaan alat; lalu disusul oleh komponen biaya pemasaran, transport dan bunga bank (Tabel 4).

Tabel 4. Biaya dan Pendapatan Pengolahan Kopi Biji Menjadi Kopi Bubuk di Lokasi Penelitian Propinsi Lampung, 2003 (per Ton Bahan Baku)

No.	Uraian	Nilai	Persen <sup>*)</sup>
A.	Penerimaan	8.872.150	
B.	Biaya		
	1. Bahan baku	3.212.559	56
	2. Bahan pembantu, pembungkus	110.773	2
	3. Tenaga kerja, BBM, listrik, pemeliharaan alat	1.486.331	26
	4. Pemasaran, transport, bunga bank dan lainnya	947.906	16
	Total biaya	5.757.569	
C.	Keuntungan	3.114.581	
D.	R/C ratio	1,54	

Keterangan: \*) persen terhadap total biaya.

Sumber: DataPrimer (2003).

Pengolahan kopi bubuk, ternyata menggunakan komponen biaya domestik yang cukup besar yaitu sekitar 98 persen dan sisanya (2%) merupakan biaya tradable input. Hingga saat ini, kopi bubuk yang dihasilkan masih untuk konsumsi domestik. Sebenarnya peluang pemasaran dengan ekspor masih cukup terbuka, baik dalam bentuk bubuk maupun kopi sangray (*roasted*). Dengan pemasaran ekspor diharapkan nilai tambah dari kegiatan agroindustri bisa akan lebih besar lagi.

## Analisis Daya Saing Produk Kopi Olahan

Daya saing suatu komoditas kopi pada level pengolah (agroindustri) usahatani ditentukan oleh faktor-faktor yang agak berbeda, karena pada pengolah lebih banyak ditentukan oleh kebijakan-kebijakan yang diluar sektor pertanian, misalnya kebijakan ekspor barang-barang industri. Dalam proses pengolahan kopi faktor input *tradable* lebih banyak menggunakan peralatan mesin dan hasil hasil-hasil industri (plastik, mesin, bahan bakar dll). Unit analisis yang digunakan pada pengolahan kopi ini adalah per volume pengolahan dan per tahun (8,4 ton bahan baku per tahun), dengan siklus usaha (dipandang bahwa usaha tersebut perlu melakukan *reinvestment*) diperkirakan sekitar 20 tahun.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha pengolahan kopi bubuk rakyat sangat dominan menggunakan biaya input domestik. Sedikitnya kandungan impor dalam biaya produksi pengolahan kopi bubuk diharapkan usaha pengolahan memiliki daya saing yang kuat hingga masa mendatang. Hal ini juga diperkuat dari hasil analisis terhadap nilai DRCR dan PCR sebagai indikator keunggulan komparatif dan kompetitif masing-masing sebesar 0,38 dan 0,46. Artinya usaha pengolahan kopi bubuk rakyat dilakukan secara efisien dan berdaya saing. Orientasi pemasaran dominan yang selama ini sesuai pesanan hingga ke Jakarta, seyogyanya dapat lebih diperluas dan juga diupayakan untuk ekspor.

Sementara itu, bila dilihat kedudukan daya saing suatu komoditi antar negara-negara produsen, salah satunya dapat didekati dari pangsa ekspor komoditi tersebut di pasar dunia. Melihat daya saing produk diantara negara-negara produsen menjadi penting, untuk melihat kedudukan dan strategi apa yang harus dilakukan dalam rangka meningkatkan atau akses dari perdagangan komoditi tersebut. Todaro (2000) menyatakan bahwa khususnya negara-negara berkembang termasuk Indonesia, dan negara-negara yang ada di Amerika Latin, Afrika dan Asia Tengah sumbangan komoditi utama pertanian seperti kopi, kapas, coklat, gula dan minyak sawit, pangasanya terhadap GDP bisa mencapai antara 25 – 40%. Pangsa di ekspor dunia negara-negara berkembang menurun dari 27,9% pada tahun 1980 menjadi 18,9% pada tahun 1997. Sementara untuk komoditi kopi pada tahun 1986-an Indonesia belum memiliki pangsa ekspor signifikan di pasar dunia, dari 91,6% ekspor dunia komoditi kopi, 41,8% persen dikuasai oleh negara-negara Brazil (20%), Colombia (16,4%), Pantai Gading (4,8%) dan El Salvador (4,6%). Berdasarkan teori tradisional ini tentang perdagangan internasional dikemukakan bahwa bagi negara-negara yang secara alami memiliki kemampuan untuk memproduksi memproduksi suatu komoditi, maka negara tersebut bisa memiliki keunggulan komparatif, karena pada teori tradisional perdagangan prinsipnya adalah akan terjadi aliran barang dari negara surplus ke negara kurang.

Dalam konteks pangsa ekspor kopi olahan di pasar dunia, diperoleh hasil bahwa pangsa ekspor kopi roasted (sangray) di pasaran dunia tampaknya masih relatif rendah. Padahal, potensi kopi biji nasional terutama di Lampung cukup besar. Pada kopi roasted ini (kopi biji segar tanpa kulit yang digoreng termasuk yang digiling), pangsa ekspor kopi Indonesia tahun 1999 sebesar 0,50 persen. Negara Costa Rica dan Uganda pangsa ekspornya lebih unggul, yaitu 1,21 dan 1,68 persen. Pada tahun berikutnya yakni 2002, pangsa ekspor kopi roasted Indonesia sedikit menurun menjadi 0,43 persen namun menjadi lebih tinggi dibanding Uganda. Pada tahun ini, pangsa ekspor tertinggi dimiliki oleh Brazil sebesar 0,98 persen dan Costa Rica 0,60 persen. Artinya pada tahun terakhir ini, Brazil memiliki keunggulan paling tinggi ekspor kopi roasted.

Sementara itu, untuk kopi ekstrak, dari tahun ke tahun tampaknya Brazil paling unggul ekspornya, meskipun pangsa ekspornya menurun yang pada tahun 2002 mencapai 15,36 persen. Urutan pangsa ekspor terbesar berikutnya berada pada negara Malaysia, India dan Columbia dengan pangsa ekspornya masing-masing 7,46; 5,67 dan 3,32 persen. Sementara pangsa Indonesia hanya sekitar 0,94 persen. Melihat hal demikian, sudah seyogyanya Indonesia harus lebih meningkatkan volume ekspor kopi yang telah diolah dan jangan bertumpu terlalu dominan pada produk primer semata (dalam arti kopi biji

saja), sehingga nilai tambah dari proses pengolahannya dapat menjadi bagian sumber devisa nasional.

## KESIMPULAN

Jumlah industri kopi bubuk dengan skala kecil di Propinsi Lampung adalah sekitar 49 buah dengan kapasitas masing-masing berkisar antara 2 – 80 ton per tahun. Penyebaran lokasi industri pengolah terbesar ada di wilayah Kota Bandar Lampung, sedangkan di kabupaten lainnya berkisar antara 1 – 4 buah industri pengolah.

Dari sejumlah sampel penelitian, rata-rata modal awal industri kecil hanya sekitar Rp 5 juta. Perkembangannya tahap demi tahap, dari mulai kapasitas produksinya sekitar 1 – 2 ton per tahun. Kebutuhan rata-rata bahan baku kopi biji kering per tahun sekitar 8,4 ton dan menghasilkan 6 ton kopi bubuk. Setelah berkembang, kebutuhan modal pun kian meningkat bahkan dapat di atas 20 juta-an rupiah. Industri pengolahan kopi bubuk (skala kecil) memperoleh bahan baku dari petani sekitar Lampung ini. Harga beli kopi biji terhadap petani sebesar Rp 3.200/kg dengan maximum kadar air (KA) 20 persen. Hingga saat ini, bahan baku berupa kopi biji masih selalu terpenuhi. Hal ini mengingatkan potensi produksi kopi Lampung yang cukup besar. Tenaga kerja yang terserap secara rata-rata pada industri pengolahan ini sekitar 8 orang.

Tujuan pemasaran kopi bubuk yang dihasilkannya antara lain ke toko-toko, supermarket, koperasi, permintaan lewat pesanan dan ke pasar. Proporsi penjualan kopi bubuk untuk pesanan dan pasar paling tinggi proporsinya yaitu masing-masing sekitar 40 persen. Pemasaran ke supermarket dilakukan secara konsinyasi. Penjualan berdasarkan pesanan, yaitu terdapatnya pesanan dari toko/warung rekanan dari Jakarta dan kota lainnya di Pulau Jawa. Harga penjualan kopi ke supermarket sekitar Rp 13.000/kg, serta ke pembeli lainnya sekitar Rp 14.000/kg. Harga kopi di tingkat konsumen mencapai Rp 16.000/ kg.

Upaya-upaya pengembangan dalam pemasaran kopi bubuk yang telah ditempuh industri kecil antara lain melalui: (1) Promosi yaitu dengan mengikuti pameran-pameran pertanian; (2) Pemasaran-pemasaran ke koperasi perkantoran secara lebih luas selain Lampung juga Jakarta; (3) Menerima kunjungan tamu misal dari Dinas Perkebunan luar Propinsi; (4) Upaya lain yaitu mendirikan showroom kopi untuk lebih memperkenalkan kopi bubuk yang diproduksi.

Pada usaha pengolahan kopi bubuk, diperoleh rata-rata tingkat penerimaan sekitar Rp 8.872.150/ton/tahun, dan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 5.757.569/ton/tahun, sehingga diperoleh tingkat keuntungan pengolahan sebesar Rp 3.114.581/ton/tahun.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha pengolahan kopi bubuk rakyat sangat dominan menggunakan biaya input domestik. Sedikitnya kandungan impor dalam biaya produksi pengolahan kopi bubuk diharapkan usaha pengolahan memiliki daya saing yang kuat hingga masa mendatang. Hal ini juga diperkuat dari hasil analisis terhadap nilai DRCR dan PCR sebagai indikator keunggulan komparatif dan kompetitif masing-masing sebesar 0,38 dan 0,46. Artinya usaha pengolahan kopi bubuk rakyat dilakukan secara efisien dan berdaya saing. Orientasi pemasaran dominan yang selama ini sesuai pesanan hingga ke Jakarta, seyogyanya dapat lebih diperluas dan juga diupayakan untuk ekspor.

Dalam konteks pangsa ekspor kopi olahan di pasar dunia, diperoleh hasil bahwa pangsa ekspor kopi roasted (sangray) dan ekstrak di pasaran dunia tampaknya masih relatif rendah, sehingga sudah seyogyanya Indonesia harus lebih meningkatkan volume ekspor kopi yang telah diolah dan tidak terlalu bertumpu pada produk primer semata (dalam arti kopi biji saja), sehingga nilai tambah dari proses pengolahannya dapat menjadi bagian sumber devisa nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 2003. Permasalahan Ekspor Kopi Lampung. Kompartemen Renlitbang BPD AEKI Lampung. Pada kegiatan Pelatihan Mutu dan Pengujian Mutu Kopi. Diskoperindag. Lampung.
- Austin, J.E. 1981. Agroindustrial Project Analysis. EDI Series in Economic Development. Washington, D.C. USA
- BPS. 1997-2001. Statistik Industri Sedang dan Besar. Jakarta.
- BPS. 2002. Buletin Ringkas. Jakarta.
- Brown, JG, Deloitte and Tonche. 1994. Agroindustry Investment and Operation. The World Bank. Washington D.C. USA
- Davis, J. and R. Goldberg. 1957. "A Concept of Agribusiness". Harvard University. Boston.
- Hicks, P.A. 1995. An Overview of Issues and Strategies in the Development of Food Processing Industries in Asia and Pacific. APO Symposium, 28 Sept-5 Oct 1993. Tokyo
- Hutabarat, *et al.* 1996. Prospek Peningkatan Daya Saing Komoditas Pertanian di Wilayah Pertumbuhan Kalimantan Timur dan Kalimantan Barat. Puslit Sosek Pertanian. Bogor.
- Monke, E.A. and S.R. Pearson. 1989. The Policy Analysis Matrix for Agriculture Development. Cornell University Press. Ithaca and London.
- Nuhung, A. 2001. Pemasaran Komoditas Pertanian. Ditjen BP2HP. Jakarta.
- Rachman, *et al.* 2002. Studi Pengembangan Sistem Agribisnis Perkebunan Rakyat dalam Perspektif Globalisasi Ekonomi. Makalah Seminar Hasil Penelitian. Puslitbang Sosek Pertanian. Bogor.
- Rachmat, M. 1995. Struktur dan Kinerja Agroindustri di Indonesia : Analisa Perubahan 1974-1993 dalam Erwidodo *et al* (Peny.) Peluang dan Tantangan Agribisnis Perkebunan, Peternakan dan Perikanan. Prosiding Agribisnis. Puslit Sosek Pertanian. Bogor. P 22-41.
- Simatupang, P. dan Purwoto. 1990. Pengembangan Agroindustri Sebagai Penggerak Pembangunan Desa *dalam* Monograph Agroindustri Faktor Penunjang Pembangunan Pertanian di Indonesia. Simatupang *et al* (Penyunting). Puslit Agro Ekonomi. Bogor.
- Simatupang. 2002. Daya Saing Komoditas Jagung. Puslitbang Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Todaro, M.P. 2000. Economic Development. Sevent Edition. Addison-Wesley Longman, Inc. New York. USA.