BUNGA RAMPAI

EKONOMI KOPI

Penyunting:

Rudi Wibowo

JEMBER UNIVERSITY PRESS

Membangun Generasi
Menuju Insan Berprestasi

BUNGA RAMPAI

EKONOMI KOPI

Penyunting: Rudi Wibowo

Jember 2013

BUNGA RAMPAI
EKONOMI KOPI

Diterbitkan oleh
UPT Penerbitan UNEJ
Jl. Kalimantan 37 Jember 68121
Telp. 0331-330224, Psw. 319, Fax. 0331-339029
E-mail: upt-penerbitan@unej.ac.id

Layout/Cover: Noerkoentjoro W.D.

Perpustakaan Nasional RI – Katalog Dalam Terbitan

339.3
WI
b

WIBOWO, Rudi
Bunga Rampai Ekonomi Kopi/Rudi Wibowo.--
Jember: Jember University Press, 2013
viii, 148 hlm. ; 23 cm.

ISBN: 978-602-9030-45-7

1. PRODUK NASIONAL
I. Judul

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang memperbanyak tanpa ijin tertulis dari penerbit, sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun, baik cetak, *photoprint*, maupun *microfilm*.

DAFTAR ISI

Halaman

Prakata iii
Daftar Isi vii

PERSAINGAN EKSPOR KOPI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL
(Nuhfil Hanani, Rosihan Asmara dan Fahriyah)..... 1

ANALISIS DAYA SAING KOPI INDONESIA DI PASAR DUNIA
(Reni Kustiari) 11

MENCERMATI PERKEMBANGAN PERILAKU PERMINTAAN LUAR NEGERI/EKSPOR KOPI INDONESIA DI NEGARA-NEGARA IMPORTIRNYA: KHUSUS KOPI ROBUSTA
(Agus Supriono, Ati Kusmiati, Rudi Hartadi dan M. Rondhi) 29

PARADOKS KOPI DAN KEBIJAKAN PENINGKATAN DAYA SAING KOPI INDONESIA
(Joni Murti Mulyo Aji) 55

PERANAN KOPERASI PERTANIAN DI INDONESIA DALAM RANTAI NILAI GLOBAL KOMODITI KOPI
(Rahmat Yanuar dan Feryanto) 67

REALITAS MASALAH AGENCY DALAM KELEMBAGAAN TATANIAGA KOPI RAKYAT DI JAWA TIMUR
(Luh Putu Suciati, Rokhani, Winda Amilia) 85

KEBERHASILAN KOPI LUWAK DALAM TINJAUAN INTEGRASI STRATEGI INTENSIF
(Mohd. Harisudin)..... 101

POTENSI KOPI DI KABUPATEN JEMBER
(Evita Soliha Hani)..... 113

ASPEK-ASPEK KRITIKAL REVITALISASI INDUSTRI
BERBASIS KOMODITAS KOPI DI JAWA TIMUR
(Rudi Wibowo)..... 127

PERANAN KOPERASI PERTANIAN DI INDONESIA DALAM RANTAI NILAI GLOBAL KOMODITI KOPI

Rahmat Yanuar[1] dan Feryanto[2]

PENDAHULUAN

Saat ini masyarakat di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia telah menghadapi situasi pasar yang semakin dinamis. Perubahan (*transformation*) ini juga terjadi pada sektor perdagangan pangan dan pertanian (*agri-food*) dimana secara paralel telah terjadi liberalisasi yang mengintegrasikan antara pasar global dengan sektor pertanian domestik di masing-masing negara termasuk Indonesia. Terintegrasinya pasar global dengan sektor domestik dicirikan dengan adanya privatisasi perusahaan-perusahaan publik, berkurangnya intervensi negara terhadap pasar dan tingginya level penanaman modal asing (FDI/*Foreign Direct Investment*) termasuk dalam industri pangan dan retail domestik (Bijman, et al 2011). Selain itu terjadi pertumbuhan pasar pada sektor retail *agri-food* yang diikuti dengan peningkatan produk-produk primer bernilai tinggi seperti susu, daging, hortikultura dan produk perkebunan khusus (*speciality*) seperti **kopi** (Reardon et al., 2003). Kebijakan sektor pertanian juga berubah dimana munculnya prioritas baru dalam standarisasi produk pangan (seperti perhatian terhadap isu lingkungan dan keamanan pangan). Proses standarisasi juga mengalami pergeseran dari standar publik (*public standard*) ke standar yang dikeluarkan oleh pihak swasta (*private standard*). Trend permintaan konsumen untuk produk *agri-food* seiring dengan meningkatnya permintaan mereka dalam hal kualitas, keragaman dan keamanan (kesehatan) pangan (Reardon et al 2009; Reardon et al., 2003). Secara umum, transformasi pasar *agri-food* yang dinamis tersebut telah merubah tata kelola (*governance*) dari organisasi agribisnis.

---

[1] Staf Pengajar Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor/Anggota Perhepi/Kandidat Doktor dari Radboud University of Nijmegen, The Netherlands.

[2] Staf Pengajar Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor /Sekretaris Eksekutif Pengurus Pusat PERHEPI.

Transformasi pada sektor *agri-food* ini merespon kepentingan konsumen yang cenderung bergeser, dimana konsumen mulai memperhatikan isu lingkungan dan kondisi sosial yang kemudian telah mengarahkan industri agar lebih memperhatikan prinsip-prinsip pertanian berkelanjutan (*sustainability codes*) melalui penerapan skema sertifikasi (*certification schemes*) dan klaim labelisasi produk pada sektor tersebut. Pada kasus Indonesia, sektor komoditi kopi sebagai salah satu sektor *agri-food* juga mengalami transformasi, dimana adanya kecenderungan semakin dominannya perusahaan besar swasta dalam perdagangan komoditi tersebut. Dominasi ini diikuti dengan menerapkan regulasi yang ketat terkait isu etika dan lingkungan yang kemudian berimplikasi terhadap seluruh struktur rantai nilai (*value chain*) dan tatanan kelembagaan (*institutional arrangement*) pada sektor komoditi kopi. Hal ini juga berpengaruh terhadap petani kopi Indonesia sebagai bagian dari rantai nilai komoditi tersebut. Reguiasi perusahaan global telah menjadi faktor pendorong terjadinya perubahan struktural dari organisasi petani, tingginya intensitas koordinasi antar petani dengan pedagang dan meningkatnya penetrasi perusahaan dagang multinasional pada sentra-sentra produksi kopi di Indonesia (Neilson, 2008).

Trend pemasaran kopi lokal di pasar global saat ini dalam merespon pasar yang dinamis ditunjukkan dengan meningkatnya tuntutan penerapan sistem sertifikasi produk dan sistem label seperti apa yang telah diterapkan pada produk pangan-pertanian lainnya. Penerapan standar sosial dan standar lingkungan hidup pada ekonomi kopi dianggap penting dengan argumentasi bahwa hal ini membawa implikasi jangka panjang bagi kualitas lingkungan hidup dan tingkat keberlanjutan ekonomi kopi itu sendiri (Arifin, 2012). Proses sertifikasi produk ini berimplikasi terhadap biaya yang akan dikeluarkan oleh petani dan meningkatkan penggunaan sumberdaya lain yang dimiliki oleh petani kopi (waktu, lahan, dsb). Dalam penerapannya, proses sertifikasi membutuhkan keterlibatan berbagai pihak[3] yang bertujuan untuk menjadi akselerator atau fasilitator bagi petani, dimana umumnya mereka berada pada skala usaha yang tidak ekonomis. Dengan demikian

---

[3] Arifin (2008), mengarisbawahi beberapa alternatif pihak yang dapat berperan dalam regulasi sektor kopi yang berkelanjutan melalui sistem sertifikasi kopi, pihak pertama (*first party*) seperti yang dilakukan oleh starbucks, pihak kedua (*second party*) seperti SAI, pihak ketiga (*third party*) yang dilakukan oleh banyak LSM seperti Utz Kapeh, Rainforest, Fairtrade dan *Organic system* and pihak keempat (*fourth party*) dalam penerapan 4C (*Common Code for the Coffee Community*).

implikasinya adalah dibutuhkannya kelembagaan petani yang tepat memfasilitasi dan membantu petani agar bisa kuat di dalam rantai pasok (*supply chain)* komoditi kopi global yang dinamis.

Salah satu syarat dari sistem rantai nilai dalam skema inisiatif baru keberlanjutan sistem produksi pangan dan pertanian adalah pembentukan organisasi petani (Arifin, 2012). Secara konseptual, saat ini kelembagaan petani yang masih dianggap tepat untuk menghadapi perubahan pasar global yang dinamis adalah koperasi pertanian. Walaupun untuk konteks Indonesia, koperasi pertanian (koperasi produsen) memiliki permasalahan tersendiri baik ditinjau dari perspektif sejarah maupun aspek manajemen. Dalam kaitan dengan sejaran, koperasi pertanian di Indonesia banyak mengalami intervensi dari pemerintah yang kemudian berpengaruh terhadap kemandirian dan kekeliruan persepsi dalam pelaksanaannya. Koperasi yang seharusnya berawal dari bawah (*bottom up*) justru menjadi koperasi yang bersifat *top down* yang menjadi alat kekuasaan pemerintah. Dari sisi manajemen, masih rendahnya kapasitas sumberdaya manusia dan lemahnya sistem manajemen telah membuat pelaksanaan kegiatan ekonomi koperasi banyak menyimpang dari prinsip-prinsipnya.

Koperasi pertanian secara konsep dibangun untuk mendukung kesejahteraan ekonomi petani (petani kecil). Koperasi didirikan untuk meningkatkan posisi rebut tawar (*bargaining position*) anggotanya, kemudian menjadi kekuatan penyeimbang (*countervailing power*) antar produsen (petani) dengan yang konsumen dalam hal ini perusahaan pengolahan (*processor*), pedagang (*trader*) dan peritel (*retailer*). Koperasi pertanian bertujuan untuk mengorganisasi kegiatan koordinasi antara produsen dan aktor lain seperti perusahaan, pedagang dan *retailer* dalam aktifitas ekonomi terutama untuk memberikan kesempatan lebih besar kepada petani dalam kegiatan ekonominya. Tantangan yang dihadapai petani berupa lemahnya akses dan informasi pasar serta rendahnya kemampuan finansial untuk meningkatkan produksi dan kualitas produk membutuhkan koperasi sebagai lembaga ekonomi dan sosial yang berada di pedesaan. Keberadaan petani yang umumnya berada di pedesaan saat ini telah menyatu dengan rantai suplai *agri-food* pada level nasional maupun internasional dimana kekuatan perusahaan besar swasta sebagai aktor utama sangat dominan. Karena itu salah satu tantangan saat ini yang dihadapi dalam lingkup pembangunan ekonomi pedesaan adalah memperkuat posisi ekonomi mereka dalam rantai suplai tersebut (Bijman, 2007).

Upaya memperkuat posisi ekonomi petani dalam menghadapi rantai suplai tersebut tidak hanya mengacu pada kemampuan meningkatkan kekuatan penyeimbang saja, namun juga terkait bagaimana meningkatkan kemampuan memenuhi kualitas produk (komoditi kopi) seperti yang dipersyaratkan oleh konsumen domestik maupun internasional (baca : perusahaan seperti starbucks). Pertanyaan utama adalah bagaimana *small producer* of *coffee* (petani kopi) dapat menjadi pensuplai utama dan berkelanjutan di dalam rantai suplai tersebut. Dalam kaitan ini petani yang bergabung dalam koperasi diharapkan dapat menjadi salah satu jawaban terhadap pertanyaan tersebut.

Koperasi di negara berkembang di Indonesia menghadapi tantangan yang sama seperti di negara maju yaitu bagaimana mereka dapat menjadi *partner* (mitra) bagi rantai suplai yang modern. Tulisan ini akan coba membahas secara umum fungsi dari koperasi dan tantangan koperasi dalam menghadapi tantangan baru yaitu bermitra dalam rantai suplai global. Tulisan ini akan dimulai dengan menyajikan secara konseptual karakteristik ideal dari koperasi pertanian. Kemudian, tulisan ini juga akan mendiskusikan fungsi koperasi pertanian dalam perspektif tradisional dan bagaimana fungsi koperasi agribisnis kopi mengantisipasi perubahan pasar yang dinamis. Selain itu, mencoba memberikan gambaran kondisi aktual koperasi atau kelembagaan petani kopi di Indonesia. Kemudian terakhir kami memberikan konklusi dari tulisan ini.

KARAKTERISTIK KOPERASI PERTANIAN YANG IDEAL

Kami akan menyajikan koperasi dalam konteks tulisan ini adalah koperasi produsen dimana petani sebagai pemilik koperasi (*farmer-owned cooperative*). Untuk menjelaskan konsep ini kami berangkat dari asumsi koperasi pertanian merupakan suatu organisasi yang didirikan oleh produsen (petani) yang memiliki tujuan untuk mengembangkan kesejahteraan dan kemampuan ekonomi (*economic well being*) mereka. Dapat dipahami jika koperasi mempunyai bentuk dan fungsi yang bervariasi baik antar negara maupun antar komoditi. Keberagaman ini merefleksikan adanya perbedaan tujuan, dimensi ekonomi, aspek legal dan struktur internal dari koperasi-koperasi tersebut. Khusus di Indonesia koperasi kita pahami sebagai suatu badan hukum, walaupun di beberapa negara lain koperasi dapat berbentuk sebagai organisasi petani atau asosiasi petani.

Dalam tulisan ini kami tidak menggunakan definisi koperasi berdasarkan UU Koperasi No 25 tahun 1992[4], namun kami menggunakan definisi yang lebih umum yang digunakan oleh ICA :

> *"a cooperative is an autonomous association of persons united voluntarily to meet their common economic, social and cultural needs and aspirations through a jointly owned and democratically-controlled enterprise*[5]

Koperasi merupakan wadah berkumpul (asosiasi) bagi anggota dan perusahaan (badan usaha) dimana aktivitas ekonomi dilakukan. Sebagai wadah asosiasi koperasi melakukan proses pengambilan keputusan secara demokratis, membangun rasa saling percaya (*trust*) dan komunikasi informal. Sedangkan koperasi sebagai wadah usaha, anggota melakukan aktivitas ekonomi untuk mendapat manfaat ekonomi dari kegiatan tersebut.

Dalam memaparkan konsep karakteristik koperasi yang ideal pada tulisan ini kami menggunakan konsep yang dijelaskan oleh Bijman (2007) yang merupakan penjabaran dari prinsip-prinsip koperasi ICA (International Cooperatives Alliance)[6]. Koperasi merupakan bentuk aksi kolektif, memiliki struktur bersifat *bottom up*, anggota memiliki hak untuk mengawasi, pengambilan keputusan secara demokratis dan berorientasi memberikan manfaat bagi anggota (Bijman, 2007).

Dalam literatur ekonomi (Barton, 1989) mendefinisikan koperasi sebagai organisasi yang didirikan untuk mendapatkan manfaat bagi anggota, dimana anggota sebagai pemilik dan anggota sebagai pengawas (*user owned and user-controlled*). Koperasi merupakan suatu bentuk aksi kolektif bagi orang-orang yang memiliki kesamaan kepentingan. Kegiatan produksi pertanian umumnya didominasi oleh petani kecil, dimana skala

---

[4] Beberapa ahli koperasi mengkritisi UU No 25 tahun 1992 dan pemerintah dan DPR telah menyepakati Undang-Undang Koperasi No 17 Tahun 2012 menggantikan UU sebelumnya.

[5] Definisi ini memasukkan koperasi pertanian (produsen) dimana semua aset produksi merupakan kepemilikan kolektif. Dalam hal ini kami memfokuskan pada koperasi di tingkat pedesaan dimana anggota memiliki usahatani mereka sendiri (lahan tanaman kopi) dimana koperasi menyediakan layanan seperti input, pemasaran produk dan pengolahan bagi anggota.

[6] Ada tujuh prinsip-prinsip koperasi ICA yaitu (1) keanggotaan yang terbuka dan sukarela (2) demokratis (3) partisipasi anggota dalam kegiatan ekonomi (4) kemandirian dan otonomi (5) pendidikan pelatihan dan penerangan (6) kerjasama antar koperasi dan (7) memiliki kepedulian terhadap masyarakat

usaha yang dimiliki tidak ekonomis sehingga cukup beralasan secara ekonomi bagi petani untuk menggabungkan sumberdaya yang mereka miliki dalam upaya mengurangi risiko, melakukan pemasaran secara kolektif dan membeli atau memproduksi input pertanian secara bersama.

Koperasi didirikan oleh produsen (petani) itu sendiri. Walupun kadangkala pihak eksternal (LSM, pemerintah dll) memberikan inisiatif untuk pendirian, namun umumnya bantuan tersebut dilakukan hanya pada tahap awal pendirian. Koperasi idealnya merupakan organisasi yang muncul dari bawah (*bottom up*) sebagai wujud dari aspirasi anggota. Karena itulah koperasi mempunyai identitas ganda yaitu sebagai pemilik (*member-owned*) dan juga sebagai pengguna/pengawas (*member-controlled*). *Member-ownership* berarti bahwa anggota berkontribusi menyediakan kebutuhan modal untuk menjalankan usaha koperasi. Sedangkan *member-controlled* berarti anggota dapat melakukan pengawasan terhadap aktivitas organisasi (koperasi). Meskipun modal yang telah diinvestasikan adalah secara individu anggota, namun pengawasan yang dilakukan dapat bersifat kolektif melalui mekanisme yang diatur dalam koperasi. Ketika melakukan pengawasan dan menemukan hal yang di luar harapan, maka anggota dapat saja keluar dari koperasi. Hal terkait dengan ini adalah karateristik keanggotaan yang bersifat sukarela.

Koperasi memiliki struktur pengambilan keputusan yang demokratis. Semua anggota memiliki hak suara setidaknya satu suara (*one man one vote*) ketika melakukan voting. Anggota berkumpul untuk memutuskan secara demokratis fungsi, strategi dan investasi yang akan dilakukan oleh koperasi. Sistem dan proses pengambilan keputusan yang dilakukan dapat beragam tergantung kepada ukuran suatu organisasi dan kultur politiknya. Beberapa koperasi yang jumlah anggotanya besar sudah melakukan pengambilan keputusan melalui keterwakilan anggotanya.

Koperasi merupakan usaha yang berorientasi kepada anggota (*user-oriented firm*), bukan berorientasi kepada pemilik modal (*investor-oriented firm/IOF*) atau berorientasi kepada keluarga terdekat (*family oriented firm*). Anggota (*user*) memiliki tujuan untuk menghasilkan keuntungan dalam bisnis mereka dimana adanya koperasi adalah untuk memberikan dukungan untuk mencapai tujuan ini.

Koperasi dalam mewujudkan aktifitasnya memiliki perspektif jangka panjang. Dalam kaitan dengan koperasi pertanian, beberapa komoditi yang diusahakan sangat terkait dengan lingkup atau kerangka waktu dari aktivitas pertanian itu sendiri. Beberapa kegiatan pertanian

yang diusahakan kadangkala menuntut investasi jangka panjang yang mungkin saja mempunyai rentang waktu antar generasi dari anggota koperasi tersebut. Rentang waktu yang panjang ini tentu saja berpengaruh terhadap perubahan tata nilai dan norma yang ada dalam koperasi (mengikuti perubahan jaman). Perbedaan norma dan tata nilai ini jika tidak diantisipasi akan berdampak pada peningkatan biaya transaksi dikarenakan mengganggu hubungan antar anggota dan juga hubungan dengan pihak manajemen (pengurus) di dalam koperasi (Bijman, 2007).

Koperasi merupakan asosiasi yang berasal dari kumpulan orang (entitas sosial). Sebagai entitas sosial, dalam aktifitasnya koperasi memiliki memiliki mekanisme sosial yang berwujud adanya komitmen terhadap koperasi, adanya solidaritas, adanya identitas sosial dan memperhatikan komunikasi internal. Identitas sosial penting bagi bagi anggota koperasi dimana anggota dapat membandingkan harapannya ketika melakukan aktivitas secara perorangan ataupun secara kolektif (Bijman, 2007).

Karakteristik ideal dari koperasi ini tentu bukanlah sesuatu yang bersifat absolut, namun dapat menjadi bahan untuk didiskusikan dan dibandingkan dalam memahami realitas koperasi pertanian yang ada. Banyak faktor yang menjadi sebab bergesernya pelaksanaan koperasi dari kondisi idealnya, baik dikarenakan lingkungan eksternal seperti tingginya intervensi pemerintah maupun faktor internal seperti rendahnya kualitas pendidikan anggota dan faktor kepemimpinan dari pengurus koperasi.

FUNGSI EKONOMI KOPERASI PERTANIAN (TRADISIONAL)

Pada bagian ini akan coba dijelaskan secara konseptual fungsi ekonomi dari koperasi. Penjelasan fungsi ekonomi koperasi pertanian dibagi dalam dua bagian yaitu fungsi ekonomi koperasi tradisional dan fungsi ekonomi koperasi dalam menghadapi situasi pasar yang dinamis. Pembagian ini tidak berarti setiap fungsi akan berjalan masing-masing dan tidak saling berhubungan, namun pembagian ini lebih bertujuan untuk memberikan perbedaan kondisi yang dihadapi oleh koperasi seperti misalnya ketika kondisi pasar semakin dinamis. Ketika pasar semakin dinamis bukan berarti fungsi ekonomi koperasi tradisional sudah tidak berlaku, namun fungsi tersebut menjadi prasyarat dalam pelaksanaan fungsi koperasi selanjutnya.

Koperasi pertanian dalam menjalankan aktivitasnya perlu menekankan upaya agar memperkuat kesejahteraan anggotanya, yaitu

para petani. Untuk mencapai hal ini, koperasi dapat menciptakan sejumlah fungsi ekonomi seperti pemasaran produk pertanian secara kolektif, pembelian input secara kolektif, sharing risiko dan pencarian informasi pasar.

Ekonom berpendapat bahwa selain fungsi ekonomi seperti yang telah disebutkan di atas, secara teori salah satu alasan ekonomi perlunya koperasi (pertanian) adalah adanya kegagalan pasar. Pasar dalam hal ini tidaklah senantiasa bekerja dengan efisien atau kadangkala pasar tidak eksis. Sebagai contoh, banyak kegiatan produksi pertanian dilakukan dalam unit produksi yang sangat kecil (level rumah tangga) sedangkan kegiatan pengolahan ataupun pemasaran dari produk pertanian dilakukan oleh perusahaan besar. Pada situasi struktur pasar oligopoli bahkan monopolistik, petani akan menerima harga dibawah kondisi pasar yang kompetitif. Koperasi dapat mengatasi ketidak seimbangan persaingan ini dengan membangun kekuatan perimbangan (*countervailing power*). Dapat disimpulkan jika salah satu fungsi utama koperasi adalah meningkatkan posisi tawar petani yang bertujuan untuk menikatkan pendapatan petani. Fungsi meningkatkan posisi tawar ini berimplikasi pada sejumlah aktifitas koperasi seperti melakukan negosiasi kontrak dan harga, mengumpulkan secara fisik hasil pertanian, dan juga menghasilkan produk pertanian dengan kualitas yang seragam. Koperasi dapat menerapkan standar kualitas dalam kegiatan produksi anggotanya, dimana dipahami jika produk tidak homogen, kegiatan tawar-menawar secara kolektif akan lebih sulit dilakukan.

Fungsi lainnya dari koperasi dalam kaitan mengatasi kegagalan pasar adalah mengurangi informasi yang tidak simetris (*information asymmetries*). Pasar yang berfungsi dengan baik ditandai oleh para peserta pasar yang memperoleh informasi secara lengkap terkait jumlah suplai dan permintaan baik dalam hal kualitas dan kuantitas yang diperdagangkan. Walaupun asumsi ini sulit ditemukan di alam nyata dimana banyak sekelompok orang memiliki lebih informasi dibandingkan sekelompok yang lain. Informasi yang tidak simetris antara pembeli dan penjual dapat menciptakan kesenjangan dalam aktivitas perdagangan yang berakibat tingginya biaya transaksi. Contohnya dalam fungsi koperasi sebagai penyedia input tanaman kopi (misal pupuk). Ketika petani dan distributor pupuk melakukan transaksi maka akan sulit bagi petani ketika mereka tidak memiliki pengetahuan yang cukup terkait kondisi produk atau kualitas dari produk yang dibeli atau dijual. Keberadaan koperasi dapat menjadi sarana untuk menurunkan biaya uji coba produk atau melakukan sharing biaya penilaian kualitas. Bahkan

pada beberapa koperasi sapi perah, peternak dapat membangun unit pakan sendiri untuk memenuhi kebutuhan anggota.

Contoh lainnya bagi koperasi dalam mengatasi informasi tidak simetris adalah dalam kaitan penyediaan kredit. Petani kecil yang berlokasi di pedesaan mempunyai kesulitan untuk mengakses kredit pada lembaga keuangan formal. Lembaga keuangan formal dapat saja menolak memberikan kredit pada petani kecil (karena faktor lokasi, *colateral* dll) atau memberi beban suku bunga yang tinggi untuk dapat mengakses kredit tersebut. Koperasi dapat mengatasi hal ini dengan mendirikan koperasi kredit atau unit kredit dari koperasinya.

Koperasi juga dapat mengatasi informasi tidak simetris dalam kaitan memasarkan hasil pertanian. Ketika produser memilik informasi yang baik terkait permintaan konsumen di pasar akhir mereka dapat menggunakan keunggulan informasi ini untuk bernegosiasi harga. Sentralisasi informasi yang dikelola secara profesional oleh managemen koperasi akan dapat mengurangi risiko akibat ketidakpastian yang terjadi di pasar.

Bentuk Kegagalan pasar lainnya yang harus diatasi oleh koperasi adalah kurangnya fasilitas dalam pengolahan hasil pertanian. Lembaga keuangan eksternal tidak ingin menginvestasikan dalam pengolahan hasil dikarenakan *return on invesment* (ROI) dari investasi yang rendah. Ketidakinginan untuk menginvestasikan pada fasilitas pengolahan disebabkan juga karena transaksi spesifik (*transaction specificity*) dari investasi tersebut. Jika pihak A bertransaksi dengan B dengan melakukan investasi yang merupakan transaksi spesifik. Maka A menjadi tergantung kepada B. Ketergantungan ini akan menjadi sumber biaya ketika B memutuskan untuk memutus kontrak sebelum A menghasilkan *return* dari investasinya. B bisa jadi mengambil keuntungan dari ketergantungan pihak A dengan menegosiasi ulang kontrak. Ancaman kehilangan dari investasi yang dilakukan, termasuk ancaman prilaku oportunis dari B, cukup menjadi justifikasi untuk A untuk melakukan investasi. Akhirnya tidak terjadi transaksi yang efisien karena tidak ada yang mau melakukan investasi. Koperasi dapat mengambil alih permasalahan ini dengan melakukan investasi sesuai yang diharapkan oleh anggotanya. Pada kasus produk yang memiliki masalah *aset specificity* seperti pada sektor kopi, keberadaan koperasi menjadi sangat beralasan dikarenakan koperasi tersebut dapat berinvestasi dalam pengadaan mesin penggiling kopi atau biaya sertifikasi kopi.

FUNGSI KOPERASI DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN DINAMIKA PASAR GLOBAL

Kita ketahui beberapa waktu belakangan ini telah terjadi pergeseran fungsi utama dari koperasi berkaitan dengan peningkatan semakin pentingnya koordinasi rantai suplai secara vertikal (*vertical coordination*). Koordinasi vertikal (*vertical cordination*) dapat didefinisikan sebagai "*penyelarasan dan pengawasan antar segmen dari suatu sistem produksi atau pemasaran*" (King, 1992). Beberapa literatur membedakan koordinasi vertikal dalam dua kutub ekstrim yaitu *spot market* (*external-coordination*) dan integrasi vertikal (*internal coordination*) dimana kecenderungan struktur tata kelola (*governanc structure*) dalam rantai suplai suatu komoditi (misal kopi) bergeser dari *spot market* ke integrasi vertikal. Artinya pasar yang semakin dinamis mempunyai kecenderungan untuk semakin meningkatkan koordinasi vertikal (ke arah integrasi vertikal) sebagai upaya memenuhi permintaan konsumen yang semakin spesifik baik terkait isu lingkungan dan isu sosial. Konsumen saat ini juga semakin menuntut transparansi dan keterteiusuran (*traceability*) asal usul suatu produk yang mereka konsumsi. Tuntutan konsumen inilah yang membuat perusahaan (*processor*) untuk semakin berupaya mendekatkan antara produsen (petani) dengan konsumen. Koperasi secara konseptual dianggap mempunyai keunggulan dalam memfasilitasi petani untuk terintegrasi secara vertikal di dalam rantai suplai.

Ferto dan Szabo (2002) mengemukakan beberapa keunggulan koperasi dalam kaitan integrasi vertikal yaitu pertama, koperasi dapat menyediakan akses dan mengamankan pasar untuk jangka waktu yang panjang dengan memberikan proteksi bagi petani melalui pasar yang komersial dengan menjalin hubungan dengan perusahaan besar (industri). Kedua, koperasi dapat membangun kekuatan penyeimbang (*countervailing power*) dalam menghadapi situasi persaingan yang tidak berimbang. Pada situasi struktur pasar oligopsoni bahkan monopolistik, petani akan menerima harga dibawah kondisi pasar yang kompetitif. Kekuatan ini diharapakan dapat mempengaruhi keadaan pasar dan harga yang dihadapi oleh petani. Ketiga, pada beberapa kasus koperasi dapat meningkatkan kemampuan penerapan tehnologi petani dan meningkatkan efisiensi pasar melalui aktivitas denganmeningkatnya nilai tambah. Keempat, koperasi dapat menurunkan dan menginternalisasi kegiatan biaya transaksi (informasi) dengan aliran informasi yang lebih baik dari konsumen (koperasi dalam integrasi vertikal mendapatkan

informasi yang lebih akurat terkait apa yang diharapkan oleh konsumen). Terakhir, koperasi pertanian dapat meningkatkan pendapatan anggotanya melalui penurunan biaya transaksi dan biaya produksi. Hal ini dikarenakan adanya surplus yang diterima anggota akibat meningkatnya level dari saluran pemasaran produk yang dihasilkan.

Salah satu fungsi koperasi berkaitan dengan informasi yang tidak simetris di dalam rantai suplai adalah dalam kaitan permasalahan informasi kualitas yang dihadapi oleh petani. Sebagai contoh, petani memiliki informasi yang lebih baik, biasanya dalam hal karakteristik langsung dari produk yang dihasilkan terutama berkaitan dengan metode produksi pada level *on farm*. Karakteristik ini sebenarnya bagi pembeli sulit untuk diukur. Kesulitan untuk mengukur karakteristik produk ini membuat pembeli tidak berminat untuk membeli produk tersebut dan cenderung memberikan harga yang rendah. Dalam hubungan antara pembeli dan penjual ini terjadi informasi yang tidak simetris yang jika dilihat dari sisi petani dapat menyebabkan kehilangan kesejahteraannya. Ketika pembeli dari produk berkualitas tinggi tersebut adalah perusahaan yang dimiliki oleh petani dalam hal ini koperasi, maka masalah antara penjual dan pembeli ini bisa terselesaikan, dikarenakan tidak ada konflik kepentingan diantara keduanya. Selain itu koperasi dapat memiliki biaya yang rendah dalam menjamin produsen (anggota/petani) mereka terhadap kualitas yang dipersyaratkan. Hal ini dikarenakan koperasi memiliki rentang pengawasan yang pendek dengan anggota koperasi. Dalam ekonomi, hal seperti ini memberikan insentif sosial dalam kaitan menjaga anggota dari berprilaku oportunis (menghasilkan produk yang rendah kualitasnya dengan mengharapkan mendapatkan harga yang tinggi).

Koperasi dalam melakukan transaksi dengan konsumen (perusahaan pengolah, pedagang, pengecer, konsumen langsung) dapat saja menghadapi masalah informasi yang tidak simetris. Hal ini dapat diakibatkan oleh informasi yang terbatas antara koperasi dan konsumen dimana konsumen tidak mampu mengukur kualitas dari produk yang berasal dari koperasi. Bijman (2007) menyebutkan ketidakmampuan pembeli dalam mengukur kualitas suatu produk tersebut sebagai *credence attribute*[7]. Permasalahan informasi ini dapat diatasi dengan cara koperasi membangun reputasi dan membangun citra merek dagang.

---

[7] Menurut Bijman (2007) dalam menerima atau memahami atribut ini (*credence attribute*) konsumen mendasarkan dirinya pada "*credentials*" atau reputasi dari penjual dalam hal ini koperasi.

Dalam kaitan dengan komoditi kopi, koperasi dapat mengikuti sertifikasi produk dan kemudian mengembangkan suatu merek dagang yang terpercaya dimana merek tersebut mencerminkan kredibilitas dan komitmen koperasi kopi tersebut. Merek dagang tersebut dapat menjadi sinyal bagi konsumen (pembeli) yang cenderung akan melakukan pembelian secara berulang. Dalam produk pertanian, yang sering terjadi pembelian berulang, maka reputasi menjadi instrumen yang sangat penting dalam mengurangi biaya transaksi akibat informasi yang tidak simetris.

Salah satu cara yang dilakukan koperasi dalam menghadapi koordinasi vertikal yang semakin tinggi adalah dengan menerapkan standar kualitas produk baik privat maupun publik standar (pada kasus komoditi kopi semua standar yang dilakukan adalah inisiatif dari pihak swasta). Standar produk ini dapat memberikan sinyal kepada konsumen bahwa koperasi memproduksi produk yang berkualitas. Koperasi juga dapat membantu konsumen (perusahaan pengolahan kopi) dalam memperoleh informasi terkait kepastian kualitas dan kepastian produksi. Kepastian produksi dan kualitas sangat berkaitan dengan kegiatan perusahaan untuk memelihara kualitas dan menjaga kesiapan pengaturan peralatan pengolah agar bisa lebih efisien.

Koperasi juga dibutuhkan dalam menata kebutuhan terhadap sistem jaminan kualitas. Konsumen modern saat ini membutuhkan informasi yang lebih detil terkait setiap tahapan dari proses produksi makanan yang mereka konsumsi di sepanjang rantai suplai tersebut. Koperasi sangat tepat sebagai *interface* untuk memfasilitasi antara producer dan processor untuk membuat tatanan sistem jaminan kualitas. Membuat sistem kontrol kualitas sehingga memenuhi harapan konsumen.

REALITAS KOPERASI (ORGANISASI PRODUSEN) KOPI DI INDONESIA SAAT INI

Koperasi di Indonesia sangat dominan dengan campur tangan pemerintah dimana pemerintah berupaya memobilisasi koperasi sebagai alat politik bagi mereka yang sedang berkuasa pada saat itu (baca : orde baru). Namun, Dominasi peran pemerintah tidak memberikan insentif yang lebih besar kepada petani untuk mengembangkan organisasinya menjadi lebih kuat dan mandiri (Neilson, 2008). Kegiatan pengembangan kelembagaan petani lebih ditekankan pada jargon pembangunan

ekonomi dan retorika program pembangunan bagi yang berkuasa pada saat itu. Dalam sejarah perkembangan koperasi kita dapat melihat bahwa keberadaan koperasi terus mengalami campur tangan kekuatan politik baik pada masa orde lama maupun pada masa orde baru.

Kegiatan pembangunan pertanian yang dilakukan oleh pemerintah tidak lepas dari peran koperasi pertanian sebagai wadah bagi petani dalam pelaksanaan kegiatan produksinya. Pada awal masa orde baru koperasi pertanian teraktualisasi dalam bentuk unit usaha tunggal (*single purpose cooperatives*) untuk setiap komoditi yang diusahakan oleh petani. Namun dengan adanya program swasembada pangan yang dicanangkan pemerintah orde baru, dibentuklah Koperasi Unit Desa[8] (KUD) yang memonopoli kegiatan usaha pertanian yang ada di pedesaan (*multi purpose cooperative*). Selain membawa dampak positif dalam upaya pencapaian swasembada pangan pada saat itu, keberadaan "KUD" juga memberikan implikasi negatif. Koperasi pertanian dalam hal ini KUD lebih banyak dipolitisasi dan sering menjadi propaganda pemerintah. Setelah berakhirnya orde baru koperasi telah mengalami pergeseran citra dan pergeseran persepsi dari petani dimana setiap kegiatan koperasi cenderung dipandang sebagai bagian dari program pemerintah[9]. Koperasi pertanian mengalami sejarah yang buruk dengan tingginya intervensi pemerintah dalam rantai suplai produk pertanian. Hal ini dikarenakan tingginya perilaku oportunis pengurus koperasi yang memanfaatkan koperasi dengan melakukan korupsi dan menggiring koperasi sebagai alat politik.

Suatu kebiasaan bagi pemerintah pada masa orde baru adalah melakukan intervensi dalam perdagangan kebutuhan pangan dengan mendirikan lembaga pemasaran dan perdagangan lokal yang bersifat monopolis. Perdagangan pertanian didominasi oleh struktur yang

---

[8] Pemerintah melalui Inpres Nomor 14 tahun 1984 mengeluarkan kebijakan pembentukan KUD sebagai satu-satunya koperasi di wilayah pedesaan. Dalam kaitan dengan kebijakan ini pemerintah berperan aktif dalam pendirian KUD (*top down approach*) dan kebijakan ini berimplikasi terhadap diharuskannya bergabung koperasi single purpose (koperasi komoditi) seperti koperasi kopra, koperasi karet dll ke dalam KUD. Pada tahun 1998, pemerintah mengeluarkan Inpres Nomor 18 yang membatalkan hak monopoli KUD di Pedesaan.

[9] Koperasi cenderung sulit untuk menjadi entitas yang mandiri karena ketergantungan yang tinggi pada pemerintah. Pada kasus kegiatan pemberian kredi di koperasi, anggota mempunyai kecenderungan untuk tidak mau mengembalikan pinjaman dikarenakan mereka menganggap dana tersebut merupakan dana bantuan pemerintah

termonopoli dengan menerapkan sistem tataniaga[10], walaupun khusus untuk komoditi kopi hal tersebut tidak sempat terjadi (Neilson, 2008). Keterlibatan pemerintah dalam memberikan intervensi pada sektor komoditi kopi (terutama pada kegiatan ekspor) relatif lebih sedikit dibandingkan komoditi lain. Dalam kaitan ini peran sektor swasta lebih besar dalam melakukan pengembangan sektor komoditi kopi di Indonesia (Neilson, 2008). Hal ini yang menjadi alasan perkembangan koperasi (dengan pola intervensi pemerintah) tidak banyak terjadi di sektor komoditi kopi.

Pendirian organisasi petani pada sektor kopi lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan swasta atau lembaga swadaya masyarakat. Hal ini terutama pada wilayah-wilayah yang sudah melakukan perdagangan ekspor dari komoditinya seperti beberapa sentra kopi Arabica (*specialty coffee*) di Indonesia seperti di Gayo (Aceh) dan Toraja (Sulawesi Selatan). Organisasi petani dalam hal ini koperasi pertanian untuk komoditi kopi, di beberapa wilayah sentra telah didirikan sebagai syarat penerapan sertifikasi dari komoditi tersebut. Sebagai contoh beberapa koperasi petani kopi didirikan di wilayah Gayo Aceh. Koperasi ini dibentuk dengan tujuan menghimpun petani kecil dalam melakukan kegiatan produksi terutama sebagai wadah bagi penerapan sistem sertifikasi (*Organic and Fair trade Certification*). Sistem sertifikasi difasilitasi oleh koperasi dengan melakukan inspeksi dan monitoring penerapan budidaya sesuai persyaratan yang berlaku dan diikuti dengan pembinaan. Dalam sistem sertifikasi kopi pada kasus di wilayah Gayo ini ini koperasi menjadi bagian dari rantai nilai komoditi kopi yang menjadi prioritas untuk terus dikembangkan. Dalam kaitan dengan pengembangan (*upgrading*) petani melalui koperasi pada rantai nilai kopi ini masih perlu disepakati terkait siapa yang akan menanggung biaya pengembangan tersebut.

Sama halnya dengan petani kopi di Liwa (Kabupaten Lampung Barat), yang menggunakan organisasi petani (kelompok tani dan koperasi) untuk bekerjasama dengan pembeli kopi (perusahaan pengolah kopi). Perusahaan yang mensyaratkan adanya kualitas kopi berdasarkan kebutuhan mereka. Pada awalnya petani hanya berinteraksi secara

---

[10] Beberapa kebijakan tataniaga komoditi (kasus jeruk pontianak, komoditi teh di Jawa Barat dan Cengkeh) yang diinisiasi oleh pemerintah terhadap pertanian melalui kelembagaan seperti KUD telah menyebabkan semakin buruknya kinerja pengembangan komoditi tersebut dan melemahnya kepercayaan petani terhadap organisasi pertanian seperti koperasi.

individu, sehingga kualitas yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan pembeli sehingga harga yang diterima petani rendah. Posisi tawar yang rendah ini dikarenakan petani tidak mampu memenuhi kualitas biji kopi yang dibeli, adanya asimetris informasi (petani tidak/kurang mengetahui harga kopi), dan tingginya biaya produksi. Saat ini sebagian kopi, telah bergabung dalam organisasi petani (Koperasi atau kelompok tani), dengan demikian permsalahan-permasalahan diatas dapat diatasi. Koperasi kopi dalam hal ini sebagai wadah untuk dapat melakukan proses tawar-menawar kepada pembeli, sesuai dengan kualitas yang dipersyaratkan, adanya sharing sumberdaya dan biaya sehingga biaya produksi lebih rendah. Perusahaan juga lebih leluasa melakukan kerjasama dengan pengadaan teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh anggota (petani kopi) dalam memproduksi kopi berdasarkan kualitas yang dipersyaratkan pembeli (perusahaan).

Kegiatan koperasi petani kopi memberikan beberapa keunggulan bagi petani. Jika mengacu pada fungsi tradisional koperasi maka beberapa kegiatan petani kopi yang efektif dilakukan melalui koperasi yaitu melakukan pemasaran secara kolektif, *sharing* tenaga kerja, kredit, penanganan risiko dan diseminasi pengetahuan dan teknologi (Neilson, 2008). Selain itu khusus untuk koperasi yang telah menjadi bagian dalam rantai nilai komoditi global, koperasi juga telah menjalankan fungsi sebagai lembaga yang berperan dalam peningkatan kualitas komoditi kopi dengan memperhatikan berbagai aspek yang sulit diterapkan secara individu petani. Informasi yang sepihak yang diterima oleh petani ataupun konsumen (prosesor atau konsumen akhir) dapat teratasi dengan adanya koperasi sehingga terbangun hubungan yang baik antar penyedia suplai (*suppliers*) dan pembeli (*buyers*). Namun fungsi-fungsi ini hanya terjadi pada beberapa koperasi yang telah melakukan koordinasi vertikal dengan perusahaan di hilir (petani melalui koperasi telah menjadi bagian (inklusif) dari rantai nilai komoditi kopi. Sebaliknya, masih banyak wilayah-wilayah sentra kopi lain yang belum terfasilitasi dengan organisasi petani yang relatif baik, bahkan masih terjebak dalam pola pemasaran tradisional. Kalaupun ada yang menerapkan perdagangan atau pemasaran melalui koperasi, namun masih tidak berkembang dikarenakan persoalan birokrasi dalam koperasi tersebut (umumnya dalam bentuk KUD) yang mengakibatkan biaya tinggi dan prilaku korupsi yang terjadi.

KESIMPULAN

Transformasi sektor *agri-food* dalam bentuk pasar yang semakin dinamis telah merubah tata kelola dari organisasi agribisnis termasuk pada sektor komoditi kopi. Rantai suplai dari komoditi semakin terintegrasi secara vertikal dimana antara produsen dan konsumen semakin dituntut untuk melakukan koordinasi vertikal dengan intensitas yang semakin tinggi. Semakin meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk berkualitas dengan memperhatikan isu lingkungan dan sosial telah menuntut produsen untuk mulai memperhatikan standar produk yang diimplementasikan melalui kegiatan sertifikasi. Kegiatan produksi kopi di Indonesia saat ini masih didominasi oleh perkebunan rakyat dimana petani kecil dengan skala usaha yang tidak ekonomis menjadi produsen utama pada sektor ini. Petani kopi menghadapi tuntutan memperkuat dirinya agar bisa terintegrasi dalam rantai suplai global komoditi kopi. Koperasi pertanian secara konseptual merupakan lembaga yang tepat untuk mengintegrasikan petani kopi dengan perusahaan global dan konsumen melalui penerapan fungsi-fungsi dari koperasi. Pada kasus pengembagan komoditi kopi di Indonesia, walaupun koperasi kopi jarang ditemukan, namun beberapa koperasi dapat menjadi acuan sebagai contoh menjalankan perannya koperasi dalam mengintegrasikan petani ke dalam rantai suplai global komoditi kopi. Keberadaan koperasi dalam membantu proses sertifikasi yang menjadi syarat dari perusahaan swasta global telah mempermudah dan menjamin keberlangsungan usaha perkebunan kopi rakyat di Indonesia. Namun menjadi catatan penting di sini bahwa upaya ini masih sangat terbatas dikarenakan masih adanya dilema antara penerapan koperasi yang ideal berdasarkan dengan konsep teori yang ada dengan kenyataan sejarah buruknya koperasi selama ini (kasus KUD yang banyak terjadi korupsi dan penyelewengan fungsi ke arah kepentingan politik).

DAFTAR PUSTAKA

Arfin, B. 2012. *Ekonomi Kopi Indonesia di Tengah Dinamika Global*. http://barifin.wordpress.com/2012/11/19/ekonomi-kopi-indonesia-di-tengah-dinamika-global/. [Diakses 27 Desember 2012].

Arifin, B. 2008. *Non State Regulation of Agricultural Trade : the Case Lampung Coffee*. Paper presented at Seminar of Indonesia Study Group (ISG) of Australian National University (ANU).

Barton, D.G. 1989. *What Is A Cooperative? Cooperatives in Agriculture*. D.W Cobia. Engelwood Cliffs, NJ, Prentice Hall: pp 1-20

Bijman, J, Muradian, R and Cechin, A. 2011. *Agriculture Cooperatives and Value Chain Coordination*. In B. Helmsing and S. Vellema (eds). *Value Chains, Inclusion and Endogenous Development: Contrasting Theories and Realities* (pp. 82-101). New York: Routledge.

Bijman, J. 2007. *How Can Cooperatives Meet The Challenges of Agrifood Supply Chains? Producer Organisation and Market Chains (facilitating trajectories of change in developing countries)*. Ton, G., Bijman, J., and Orthuizen, J. Wageningen Academic Publisher.

Ferto dan Szabo. 2002. *Vertical Coordination in Transition Agriculture : A Hungarian Co-operative Case Study*. Discussion Paper. Institute Of Economics, Hungarian Academy of Scienses.

King, R.P. 1992. *Management And Financing Of Vertical Coordination: Overview*. American Journal Of Agricultural Economics. 74(5), 1217-1218.

Muradian, R., and Pelupessy, W. 2005. *Governing The Coffe Chain: the Role of Voluntary Regulatory Systems*. World Development, 33(12), pp 2029-2044.

Neilson, J. 2008. *Global Private Regulation and Value-Chain Restructuring in Indonesian Smallholder Coffee Systems*. World Development, 36(9), pp 1607-1622.

Reardon, T., Barret,. C.B,. Berdegue, J. A, Swinnen, J.F.M. 2009. *Agrifood Industry Transformation and Small Farmers in Developing Countries*. World development Journal. Vol. 37, N0 11, pp. 1717-1772

Reardon, T., Timmer, C.P., Barret,. C.B,. and Berdegue, J.A. 2003. The Rise *of Supermarkets in Afrika, Asia, and Latin America*. American Journal of Agricultural Economics, 85(5), 1140-1146.