

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minum kopi saat ini sudah menjadi gaya hidup kaum pekerja di seluruh dunia, baik untuk sekadar mendapatkan energi tambahan maupun minuman wajib saat kongko bersama teman. Berdasarkan data konsumsi kopi domestik oleh Organisasi Kopi Internasional (ICO, 2021), Indonesia tercatat mengonsumsi sebanyak 288 ribu ton kopi. Konsumsi kopi domestik Indonesia sendiri telah meningkat 174 persen dalam 20 tahun terakhir.

Indonesia merupakan negara berkembang yang menjadi pemain kunci suplai kopi dunia, dengan rekor produsen kopi terbesar keempat di dunia. Pada 2020/2021, Indonesia memproduksi sebanyak 685,9 ton kopi, dengan produksi kopi robusta mencakup 88,7 persen (ICO, 2021; USAID, 2019). Meskipun begitu, kopi arabika Indonesia juga diminati pasar internasional, seperti arabika jenis Aceh Gayo dan Flores.

Indonesia mengandalkan perkebunan rakyat untuk memenuhi permintaan suplai kopi dunia. Perkebunan rakyat merupakan perkebunan yang dikelola rakyat/pekebun yang dikelompokkan dalam usaha kecil tanaman perkebunan rakyat dan tidak berbadan hukum. Statistik Kopi 2019 oleh Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa perkebunan rakyat bertanggung jawab atas 98,6% dari total produksi kopi, atau setara dengan 731,6 ribu ton pada 2019.

Pada pertanian kopi, laporan *Gender Equality in the Coffee Sector* melaporkan bahwa perempuan mencakup hingga 70 persen pekerja ladang kopi, tergantung daerahnya (ICO, 2018). Riset pionir oleh International Trade Forum (2008) mencatat bahwa partisipasi terbesar perempuan pada perkebunan kopi antara lain dalam pekerjaan ladang (70 persen), panen (70 persen), dan penyortiran biji kopi (75 persen). Hal ini diakui oleh para petinggi industri kopi, salah satunya oleh Direktur Eksekutif Philippine Coffee Board Robert Fransisco

yang mengatakan, “perempuan lebih teliti dalam panen dan penyortiran,” dan kedua pekerjaan ini sangat menentukan kualitas kopi (USAID, 2019).

Meskipun begitu, perempuan petani kopi di negara berkembang sulit untuk berkembang di luar pekerjaan yang diekspektasikan kepada mereka karena budaya patriarki yang masih mengakar di masyarakat, tak terkecuali di Indonesia. Perempuan mengalami hambatan spesifik gender yang menghambat aktivitas pertanian, yakni kesenjangan agensi (ICO, 2018).

Perempuan petani masih susah mendapatkan kontrol pengambilan keputusan dan kurang kesempatan mengeluarkan pendapat. Hal ini menyebabkan mereka tak punya akses pada program pembangunan kapasitas, kepemilikan lahan, serta pelayanan finansial (ICO 2018). Oleh karena itu, potensi dan kapasitas perempuan terhenti pada panen dan penyortiran saja. Padahal jika mendapatkan kesempatan yang sama, perempuan dapat meningkatkan produktivitas pertanian kopi secara keseluruhan, yang membawa kesejahteraan bagi keluarga petani mereka sendiri.

Organisasi Pangan dan Pertanian Dunia mengimbau bahwa dengan hanya memberikan perempuan akses yang sama seperti laki-laki pada sumber daya pertanian, dapat meningkatkan produksi perkebunan perempuan di negara berkembang sebanyak 20-25 persen, yang berdampak meningkatkan total produksi perkebunan negara sebanyak 2,5-4 persen, sehingga dapat mengurangi jumlah orang kelaparan di dunia sebanyak 12-17 persen atau setara dengan 100-150 juta orang (FAO, 2011).

Pada hilir industri kopi, profesi barista mulai naik kelas sejak era kopi gelombang ketiga sepuluh tahun terakhir. Delima Hasri Azhari dari Asosiasi Kopi Spesial Indonesia (AKSI) mengatakan untuk *JawaPos* tentang ajang Indonesia Coffee Events (ICE) 2020, “Profesi barista sudah menjadi *lifestyle*. Jadi *new* profesi bagi milenial. Diharapkan bukan hanya ekspor kopi sebagai produk tapi kita akan mengirimkan ekspor jasa barista, roaster, brewers dan profesi

lainnya...”. Profesi barista semakin dinikmati kaum dewasa muda, baik perempuan maupun laki-laki (USAID, 2019).

Pada dunia barista profesional, kopi spesialti merupakan hierarki paling tinggi dalam industri kopi. Kompetisi kopi spesial berstandar internasional World Coffee Championships (WCC) yang diselenggarakan oleh World Coffee Events (WCE) merupakan acara puncak para kaum elit industri kopi. Pemenang kompetisi kopi spesial berpeluang mendapatkan posisi berpengaruh dalam industri kopi seperti importir, kurator, hingga berkewenangan mengambil keputusan produk untuk konsumsi pasar yang dapat meningkatkan karir mereka. Namun, representasi perempuan dalam ajang bergengsi ini masih sedikit.

Pasalnya, perempuan dalam kompetisi elit kopi spesial terbelenggu standar ganda. Mengutip investigasi *VICE* (2018), kriteria subjektif seperti ‘berpakaian sopan’ dan ‘profesionalisme’ menjadi batu sandungan perempuan sulit menjadi pemenang WCC. Hal ini terbukti pada histori pemenang World Barista Championship (WBC), yang tidak memiliki pemenang perempuan hingga 2018.

Kurangnya representasi perempuan dalam kompetisi kopi dikhawatirkan memiliki efek menetes, yakni siklus di mana perempuan merasa tidak mampu masuk kompetisi karena kurangnya representasi pemenang perempuan.

Mengutip *The Guardian* (2015), sebanyak 80 persen kompetitor WBC adalah laki-laki. Pemenang WBC 2009 Gwilym Davies pernah mengatakan, “Anda tidak bisa menghindari ketika melihat kompetisi barista dan berpikiran, ‘itu adalah festival sosis’.” Gwilym juga mengatakan bahwa kurangnya representasi perempuan dalam kompetisi tidak merefleksikan budaya industri kopi yang sebenarnya.

Maraknya budaya ngopi turut meningkatkan aksesibilitas kedai kopi di Indonesia. Kini para konsumen tak perlu bingung ingin membeli kopi di mana. Selain itu, minuman kopi juga kini sangat bervariasi sesuai harga dan selera konsumennya. Mulai dari kopi spesial sampai kopi robusta dengan susu. Bahkan, frasa ‘ngopi cantik’ kini dipakai untuk mendeskripsikan kegiatan kongko di kedai

estetik sambil berpakaian cantik dan rapi. Namun siapa sangka, sejarah menunjukkan bahwa kopi adalah minuman yang maskulin.

Reitz (2007) menuliskan bahwa espresso mempertahankan natur maskulinitas di kedai kopi lewat visual dan teknik pembuatannya. Espresso dibuat dengan mesin mahal yang harus dioperasikan barista profesional di kedai kopi, yang merupakan tempat kekuasaan laki-laki.

Susu membawa jalan tengah di mana kopi lepas dari citra maskulinnya, dan leluasa diminum baik perempuan maupun laki-laki. Susu berwarna putih memfeminisasi espresso dengan citra keibuannya. Jika dilarutkan ke dalam espresso, susu membuat kopi memiliki warna yang lebih cerah sehingga terkesan lebih 'jinak'. Bila dicampur dengan susu, espresso yang tadinya diminum sekali teguk disulap menjadi minuman yang dapat diminum pelan-pelan sambil diskusi bersama teman (Reitz, 2007, p.15-16).

Peliputan dan penulisan "Risalah Kopi: Perempuan dalam Industri Kopi" dijalankan dengan prinsip *slow journalism*, yang mengutamakan pemberian waktu pada riset dan penulisan untuk menghasilkan karya yang berkualitas dan dapat berdiri menjadi alternatif di tengah era di mana arus informasi bergulir begitu cepat. Peliputan karya ini akan memakai prinsip *slow*, yakni *good*, *clean*, dan *fair*. Karya ini diharapkan dapat memaknai perjuangan komunitas industri kopi dan dapat diakses semua orang.

Berdasarkan 11 nilai berita Syarifudin Yunus (2010, pp.51-52; dalam Haq, 2014, pp.19-21), karya ini menawarkan *human interest* yang menyorot cerita para perempuan yang bekerja di industri kopi.

Karya "Risalah Kopi: Perempuan dalam Industri Kopi" menceritakan dilema, tantangan, dan pencapaian perempuan dalam industri kopi yang relevan didengar audiens konsumen kopi, agar mereka mengerti betapa berharganya secangkir kopi dapat sampai ke tangan konsumen. Selain itu, karya "Risalah Kopi" secara keseluruhan berpotensi memiliki nilai berita *magnitude* dari korelasi antar tokoh industri kopi yang diceritakan satu-persatu.

Melihat kuantitas pengguna internet di Indonesia yang mencapai 202,6 juta orang atau setara dengan 73,7 persen populasi Indonesia (Hootsuite, 2021), karya ini akan dipublikasikan dalam bentuk *multimedia interactive longform* di Internet.

Agar karya dapat diakses oleh semua kalangan, “Risalah Kopi: Perempuan dalam Industri Kopi” akan dipublikasikan di situs web produksi tim penulis, dengan desain web yang kami buat sendiri. Tim penulis berencana mempekerjakan pengembang situs untuk membantu proses *coding*. Pembaca nantinya dapat membaca “Risalah Kopi” melalui komputer personal atau telepon genggam pintar mereka selama terhubung dengan internet.

Pembuatan karya “Risalah Kopi: Perempuan dalam Industri Kopi” diharapkan dapat berkontribusi Tujuan Pembangunan Berkelanjutan PBB 2030 ke lima, yakni mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan semua perempuan dan anak perempuan. Liputan ini terkhusus menyentuh target 5.5, yaitu partisipasi penuh dan efektif, dan kesempatan yang sama bagi perempuan untuk memimpin di semua tingkat pengambilan keputusan dalam kehidupan politik, ekonomi, dan masyarakat (BPS, 2021).

1.2 Tujuan Karya

Penulis ingin membuat karya *interactive multimedia storytelling* berbentuk *longform* dengan topik “Perempuan dalam Industri Kopi” sebagai bagian dari kolaborasi “Risalah Kopi”. Luaran nantinya diunggah di situs web yang dibangun tim penulis bersama dengan pengembang situs.

Rangkaian “Perempuan dalam Industri Kopi” terdiri dari tiga artikel, masing-masing 1000-3000 kata dengan elemen multimedia interaktif. Luaran nantinya kompatibel untuk dibaca pada komputer personal dan telepon pintar. Tujuan karya ini adalah sebagai berikut:

1. Memperkenalkan audiens konsumen kopi akan perjalanan panjang dan lika-liku pemain industri kopi, khususnya perempuan, untuk menghadirkan kopi kepada para konsumen.
2. Menjadi sumber edukasi/informasi bahwa perlunya memberdayakan perempuan dalam seluruh rantai industri kopi agar dapat memaksimalkan produksi, yang akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan seluruh rantai industri kopi sendiri.
3. Berkontribusi untuk Tujuan Pembangunan Berkelanjutan PBB 2023 nomor 5, mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan semua perempuan dan anak perempuan.

1.3 Kegunaan Karya

Penulis berharap karya “Risalah Kopi: Perempuan dalam Industri Kopi” berguna untuk:

1. Sarana pembaca mengenal rantai industri kopi dari proses produksi hingga konsumsi, khususnya pengalaman perempuan;
2. Menjadi sumber edukasi mengenai rantai industri kopi yang berpotensi memberdayakan perempuan; serta
3. Membantu tercapainya Tujuan Pembangunan Berkelanjutan PBB 2030 nomor 5, mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan semua perempuan dan anak perempuan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A