

**ANALISIS BIAYA TRANSAKSI PADA USAHA MIKRO,
KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KOPI *ROASTERY***
(Studi pada UMKM Kopi *Roastery* di Kota Malang)

JURNAL ILMIAH

Disusun Oleh:

Nisrina Assyifa
NIM. 145020101111009



JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**ANALISIS BIAYA TRANSAKSI PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KOPI
ROASTERY
(STUDI PADA UMKM KOPI ROASTERY DI KOTA MALANG)**

Yang disusun oleh :

Nama : Nisrina Assyifa
NIM : 145020101111009
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 17 Desember 2018.

Malang, 17 Desember 2018

Dosen Pembimbing,



Prof. Dr. Maryunani, SE., MS.

NIP. 195503221981031002

ANALISIS BIAYA TRANSAKSI PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KOPI ROASTERY

(Studi pada UMKM Kopi Roastery di Kota Malang)

Nisrina Assyifa, Maryunani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

nisrinassyf@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan guna menganalisis biaya transaksi yang terjadi pada UMKM Kopi Roastery (kopi sangrai). Diketahui bahwa pandangan neoklasik menganggap pasar berjalan secara sempurna tanpa biaya apapun (costless) karena pembeli (consumers) memiliki informasi yang sempurna dan penjual (producers) saling berkompetisi sehingga menghasilkan harga yang rendah (Stone, et.al., dalam Yustika, 2012). Namun dalam pandangan New Institutional Economics, biaya transaksi tidaklah nol. Biaya transaksi merupakan konsep yang menjelaskan biaya yang keluar saat melakukan transaksi di luar biaya produksi. Hal ini akan berpengaruh terhadap harga jual sehingga ada keterkaitan antara biaya transaksi yang tinggi dengan harga jual barang. Biaya transaksi muncul karena disebabkan oleh ketidak efisien nya desain suatu lembaga dan mengakibatkan semakin tingginya biaya transaksi yang dihasilkan. Komoditi kopi merupakan industri yang mempunyai rantai panjang dari hulu ke hilir. Fenomena yang disorot adalah usaha kopi roastery yang menjadi bagian menuju ke hilir dalam mata rantai. Dalam aktivitas ekonomi, akan ada timbulnya berbagai macam biaya transaksi yang sebelumnya tidak diperhitungkan, tapi selalu ada. Karena pasar dalam melakukan pertukaran tidak hanya memperhitungkan berapa biaya yang dihabiskan untuk memproduksi tetapi juga harus menghitung berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan pertukaran/transaksi.

Kata kunci: Kopi roastery, Biaya transaksi, Roasting, UMKM.

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki andil penting bagi pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Sebanyak 97% perusahaan di Indonesia merupakan usaha mikro dan kecil namun mampu menyumbang 57% PDB (Pendapatan Domestik Bruto) dan menyerap 60% tenaga kerja (ekon.go.id). UMKM mempunyai peluang pasar yang sangat besar karena akan selalu ada pasar bagi produksi barang dan jasa dari hulu ke hilir yang dapat menyerap tenaga kerja, menghasilkan produk dan jasa serta adanya kesempatan untuk terjadinya pemerataan pendapatan. Tidak hanya produk barang dan jasa yang dapat dipenuhi untuk kebutuhan dalam negeri tapi juga dapat di ekspor hingga ke berbagai negara. Pada tahun 2016 UKM bahkan berkontribusi terhadap ekspor nasional sebesar 15% (KADIN, 2016).

Indonesia telah banyak mengalami pasang surut perekonomian dan yang paling terakhir adalah krisis ekonomi yang mengakibatkan jatuhnya perekonomian nasional. Usaha-usaha skala besar banyak yang mengalami stagnansi, kredit macet, akuisisi hingga sampai terhentinya aktivitasnya pada tahun 1998. Namun, disaat banyaknya perusahaan yang gulung tikar, bisnis UKM tidak goyah dan malah menjadi tulang punggung perekonomian bangsa kala itu (goukm.id, 2016). Sampai saat ini UMKM bagi perekonomian Indonesia memiliki tingkat penyerapan tenaga

kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional dan memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sekitar 57% (LPPI, 2015). Pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidaklah berkurang, justru semakin meningkat terus, bahkan mampu menyerap hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. (BPS, 2013). UMKM memiliki proporsi sebesar 99,9% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. (BI, 2015)

Sektor perdagangan, pangan, olahan pangan, garmen dan tekstil, kayu dan produk kayu, serta produksi mineral non logam merupakan konsentrasi dari usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Sektor UKM diperkirakan menyumbang lebih dari 50% PDB, terutama di sektor pertanian dan perdagangan, serta sekitar 10% dari ekspor (World Bank, 2014). Karena adanya potensi ekonomi yang mengarah positif, keberadaan UMKM tidak dapat dipandang sebelah mata ataupun dihapuskan serta dihindarkan dari masyarakat saat ini karena telah menjadi bagian dari aktivitas ekonomi.

Dapat disimpulkan bahwa UMKM dapat menjadi salah satu cara untuk mengatasi pengangguran dan pemerataan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Jawa timur merupakan salah satu provinsi di Pulau Jawa yang padat penduduknya, dimana pengangguran masih terjadi di Kota dan Kabupatennya, dan keberadaan UKM sangat dibutuhkan. Oleh karena itu UMKM dibutuhkan untuk menjadi penggerak roda perekonomian dan penyerapan tenaga kerja di Jawa Timur. Salah satu kota yang beberapa tahun terakhir menunjukkan potensi dan kemajuan ekonominya adalah Kota Malang. Saat ini Malang memiliki banyak sekali potensi yakni mulai dari pertanian, perkebunan, perdagangan, hotel, restoran serta sektor industri Pengolahan; Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor; Serta Konstruksi.

Di tahun 2016, dari hasil sensus ekonomi Kota Malang 2016. 96,49% dari 113.131 usaha berskala usaha berskala mikro kecil (UKM). Salah satu kegiatan yang jumlahnya cukup banyak yaitu penyediaan akomodasi dan penyediaan makan dan minum. Jumlahnya mencapai 27.564 usaha dari 109.115 UKM yang ada atau sekitar 25%. Sekitar 58.437 orang terserap di kegiatan skala usaha mikro dan kecil atau mencapai 90% (Sensus Ekonomi Malang, 2016). Salah satu usaha mikro, kecil dan menengah yang dapat dikembangkan adalah komoditas kopi. Kopi telah dikenal di Indonesia sejak abad ke 16 dan merupakan minuman yang hampir disukai oleh semua orang dan memiliki pangsa pasar nya sendiri dalam beberapa tahun terakhir.

Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton. Sekitar 94,5% produksi kopi di Indonesia dipasok dari pengusaha kopi perkebunan rakyat. Adapun 81,87% produksi kopi nasional merupakan jenis robusta yang berasal dari sentra kopi di Sumatera Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur dan Jawa Tengah. (Katadata, 2018)

Sayangnya, tren pertumbuhan kopi hanya dilihat peluangnya pada pangkal distribusi. Kebanyakan pelaku usaha baru terjun mengelola produk hilir atau bentuk minuman kopi. Padahal, jika melihat rantai distribusi kopi memiliki alur yang sangat panjang untuk disajikan dalam bentuk minuman. Setiap rantau tersebut dinilai dapat mendatangkan peluang usaha tersendiri. Jika mengacu pada jalur resmi yang disebutkan oleh Kementerian Perdagangan, terdapat lima elemen dalam rantai distribusi kopi yakni petani, pengolah, perantara, pemasok kopi sangrai dan pengecer. (Bisnis Indonesia, 2017)

Melihat panjangnya rantai distribusi tersebut, menyiratkan peluang yang banyak. Misalnya, di tingkat petani ke pengolah, terdapat pemrosesan dari biji kopi hijau menjadi biji kopi sangrai. Proses ini penting karena menentukan kualitas kopi. Keahlian ini pun disertifikasi khusus oleh lembaga sertifikasi profesi kopi. Setelah kopi menjadi produk biji kopi sangrai, masih ada satu langkah lagi yakni mengolah menjadi bubuk kopi. Proses selanjutnya adalah memberikan kemasan dengan tujuan memberi nilai tambah bagi produk itu sendiri. Walaupun kopi sering dipandang sebagai merupakan yang sering kali hanya dijual dalam bentuk produk mentah, namun dengan adanya peluang bisnis kopi olahan dalam rantai distribusi pemasok kopi sangrai, kopi mempunyai nilai tambah nya sendiri. Salah satunya adalah usaha kopi *Roastery*.

Dalam pengelolaan kopi, kopi *Roastery* merupakan salah satu bisnis yang ditekuni oleh UMKM di Malang. Tidak saja hal ini terjadi karena adanya tren ngopi yang semakin meluas di berbagai kalangan namun juga peluang nilai tambah dalam komoditas kopi. Hal ini tidak lain dan tidak bukan karena antusias mereka yang begitu besar terhadap komoditas kopi, apalagi mereka yang telah lama menjadi penggiat kopi dan memiliki kecintaan yang mendalam terhadap komoditas ini. Malang pun juga termasuk salah satu penghasil kopi terbaik dengan karakter nya yang unik dan memiliki penggemar setianya sendiri.

Saat ini UMKM kopi *Roastery* yang berada di Malang berjumlah 10-30 unit. Ketidakpastian jumlah usaha tersebut disebabkan ketatnya persaingan dan konsistensi para pengusaha di industri tersebut karena mengelola usaha kopi *Roastery* membutuhkan *passion*, ketekunan, kedisiplinan, kreatifitas dan etos kerja. Dalam tahap pengelolaan rantai komoditas kopi yang panjang, terdapat mata rantai yang dilalui oleh pelaku kopi *Roastery* yang harus dilewati agar mampu menjalankan usaha kopi *Roastery* nya. Di dalam aktivitas UMKM kopi *Roastery* terdapat berbagai macam proses yang harus dilewati oleh pelaku usaha yang melibatkan berbagai macam pihak dari hulu ke hilir sehingga menimbulkan proses mulai dari proses pencarian informasi, kompetisi antar pemilik *Roastery*, sistem kontrak dengan para produsen, dan proses jual beli sehingga membuat biaya operasional pada UMKM semakin besar. Akhirnya akan timbulnya biaya transaksi.

Teori biaya transaksi atau *transaction cost theory* merupakan biaya yang harus dikeluarkan akibat terjadinya transaksi berupa pertukaran barang atau jasa antara individu dalam berbagai batasan. Pada proses pertukaran terdapat sejumlah faktor penting dalam menciptakan atau upaya pengembangan struktur organisasi, yang menimbulkan biaya-biaya dari keseluruhan dari sebuah rantai perekonomian. Semakin efektif desain suatu lembaga maka biaya transaksi nya akan semakin sedikit serta makin efisien lembaga nya, begitu juga sebaliknya. Seperti diketahui, pandangan neoklasik menganggap pasar berjalan secara sempurna tanpa biaya apa pun (*costless*) karena pembeli (*consumers*) memiliki informasi yang sempurna dan penjual (*producers*) saling berkompetisi sehingga menghasilkan harga yang rendah (Stone, *et.al.*, 1996:97 dalam Yustika, 2012).

Oleh karena melihat adanya fenomena biaya transaksi yang ditimbulkan dari UMKM kopi *roastery*, menjadikan penulis ingin meneliti dan mengangkat permasalahan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jenis biaya transaksi apa yang terdapat dalam UMKM kopi *roastery* dan unsur-unsur biaya transaksi yang dihasilkan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Ekonomi Kelembagaan

Ilmu ekonomi kelembagaan mencakup dua arus hubungan, yaitu antara ilmu ekonomi dan institusi (kelembagaan). Ilmu ini terkait dengan pengaruh kelembagaan dalam perekonomian seperti halnya pengembangan kelembagaan dalam merespon peristiwa-peristiwa ekonomi. Kelembagaan secara sederhana dapat dipahami sebagai seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara pelaku dan organisasi dalam suatu konteks (North, 1994 dalam Yustika, 2008). Pada dasarnya kelembagaan memiliki bahasan tentang aturan atau *rule of the game* yang menyetir pola perilaku tiap-tiap individu agar berjalan sesuai dengan koridornya.

Teori Biaya Transaksi

Teori biaya transaksi atau *transaction cost theory* merupakan biaya yang harus dikeluarkan akibat terjadinya transaksi berupa pertukaran barang atau jasa antara individu dalam berbagai batasan. Biaya eksplisit adalah biaya yang benar-benar dikeluarkan oleh perusahaan untuk memberi atau menyewa input yang dibutuhkan dalam perusahaan. Sedangkan biaya implisit mengacu pada nilai input yang dimiliki perusahaan dan digunakan untuk proses produksinya sendiri. Menurut Yustika (2008) semakin tinggi biaya transaksi yang terjadi dalam kegiatan ekonomi (transaksi), berarti kian tidak efisien kelembagaan yang didesain. Demikian juga sebaliknya.

C. METODE PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu, untuk mengetahui jenis biaya transaksi yang terdapat di dalam UMKM kopi roastery di Kota Malang, maka penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan kualitatif. Metode penelitian digunakan untuk memandu peneliti mengenai urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan dan dianalisis, sehingga peneliti dapat memperoleh data yang dikehendaki sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2008) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data secara triangulasi, analisis data bersifat induktif dan kualitatif, dan hasil yang menekankan pada makna daripada generalisasi. Dalam penelitian ini, pendekatan fenomenologi digunakan dalam penelitian analisis biaya transaksi pada UMKM kopi roastery di Kota Malang, karena mampu untuk melihat lebih jauh dan mendalami sebuah fenomena terkait.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, pendekatan fenomenologi digunakan dalam penelitian analisis biaya transaksi pada UMKM kopi roastery di Kota Malang, karena mampu untuk melihat lebih jauh dan mendalami sebuah fenomena terkait. Fenomenologi adalah strategi penelitian dimana didalamnya peneliti mengidentifikasi hakikat pengalaman manusia tentang suatu fenomena tertentu (Creswell, 2010). Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik keabsahan data.

Sesuai dengan rumusan masalah yang dibawa, unit analisis pada penelitian ini berfokus pada analisis biaya transaksi pada UMKM kopi roastery di Kota Malang. Berdasarkan unit analisis tersebut maka pihak-pihak yang akan dijadikan informan dalam penelitian ini adalah:

a. Informan kunci : Pelaku UMKM kopi roastery yang telah lama mengelola usaha kopi roastery dan telah memiliki kredibilitas yang diakui oleh umum.

Peneliti menjadikan pelaku pengelola usaha kopi roastery yang telah lama melakukan aktivitas kopi roastery dan mengetahui informasi tentang kopi lebih dalam dibanding pelaku roastery lainnya sebagai informan. Pengetahuan tentang kopi yang dalam bisa membantu peneliti untuk mengetahui lebih dalam tentang kopi, khususnya faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi biaya transaksi dalam kopi roastery

b. Informan Utama : Pemilik/Manajer pengelola UMKM kopi roastery di Kota Malang.

Peneliti menjadikan pemilik/manajer yang sudah lama mengelola usaha kopi roastery tersebut untuk dijadikan informan utama karena peneliti mencari informasi terkait analisis biaya transaksi dalam UMKM kopi roastery di Kota Malang.

Data Informan Penelitian

No.	Nama	Peran	Keterangan
1.	Mas Iwan	Pemilik <i>Roastery</i>	Informan Kunci
2.	Mas Satria	Pemilik <i>Roastery</i>	Informan Utama

3.	Mas Tyo	Pemilik <i>Roastery</i>	Informan Utama
4.	Mas Dimas	Pemilik <i>Roastery</i>	Informan Utama
5.	Mas Pras	Pemilik <i>Roastery</i>	Informan Utama
6.	Mas Dito	Pemilik <i>Roastery</i>	Informan Utama
7.	Mas Shivaraja	Pemilik <i>Roastery</i>	Informan Utama
8.	Mas Ruslin	Manajer Operasional <i>Roastery</i>	Informan Utama

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2011).

Dengan menggunakan penelitian kualitatif data-data yang telah didapat kemudian diklarifikasikan ke dalam tabel-tabel. Untuk kemudian dianalisa menggunakan proses penalaran secara alamiah, penuturan, penafsiran, perbandingan dan kemudian penggambaran fenomena-fenomena yang terjadi secara apa adanya, guna dapat mengambil kesimpulan dan memberikan saran-saran dengan cara menguraikan dengan kata-kata.

Dalam sebuah penelitian kualitatif terdapat banyak data yang akan dilakukan analisis, sementara cara menganalisisnya sangat beragam. Data yang dianalisis dapat bersumber dari banyak cara yang misalnya diperoleh dari wawancara, observasi, atau analisis isi bahan tulisan, atau mungkin berbentuk kaset atau transkrip wawancara, catatan observasi lapangan, analisis catatan atau memo atau entri jurnal.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzin dalam Moleong (2012) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan Biaya Transaksi

No	Nama Kopi Roastery	Jenis Biaya Transaksi									Total Biaya Transaksi			
		Managerial Transaction Cost		Market Transaction Cost					Political Transaction Cost					
		Biaya Transportasi		Biaya Iklan		Biaya Pencarian Informasi			Biaya Perizinan					
		Biaya Pengambilan Bahan Baku (ongkos bensin)	Biaya Pengiriman Produk (ongkos bensin)	Biaya Internet	Biaya Promosi	Biaya Pulsa Pencarian Produsen Bahan Baku	Biaya Bensin Pencarian Bahan Baku	Waktu Pencarian Bahan Baku (Gagal Roasting)	Biaya Perusahaan Memperoleh Izin	Biaya Sertifikasi Profesi				
1	Amsterdam Coffee and Roastery	Rp	Rp	Rp	Rp 2.500,000	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp 117.700,000
2	Pabrik Kopi Duoningrat Roastery	Rp 1.000,000	Rp 3.650,000	Rp 1.200,000	Rp	Rp 200,000	Rp 15.000,000	Rp 5.000,000	Rp	Rp	Rp 100,000,000	Rp	Rp 15.000,000	Rp 41.050,000
3	Nusantara Coffee and Roaster	Rp 800,000	Rp 2.200,000	Rp	Rp 600,000	Rp 50,000	Rp 13.000,000	Rp 10,000,000	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp 26.650,000
4	Motiv Coffee and Roasting Co	Rp	Rp	Rp	Rp 1.350,000	Rp 250,000	Rp	Rp 500,000	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp 2.100,000
5	Telescope	Rp 540,000	Rp	Rp	Rp 9.000,000	Rp 100,000	Rp 500,000	Rp 100,000	Rp	Rp 3.500,000	Rp	Rp	Rp 2.500,000	Rp 16.240,000
6	Kedai Kopi Kalimetro	Rp 2.500,000	Rp 420,000	Rp	Rp 3.175,000	Rp 50,000	Rp 500,000	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp 6.645,000
7	Apresio Kopi Malang	Rp 6.000,000	Rp 210,000	Rp 1.200,000	Rp 3.000,000	Rp 50,000	Rp 450,000	Rp 500,000	Rp 1.500,000	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp 12.910,000

Keterangan:
 Tidak ada
 Ada, tapi tidak diketahui jumlah pastinya

Pembahasan

Adapun beberapa data yang dimiliki tidaklah lengkap dikarenakan data dalam kategori biaya transaksi tersebut tidak mengeluarkan biaya transaksi sama sekali atau mengeluarkan biaya transaksi namun tidak tahu pasti jumlah yang telah dikeluarkan, mengingat masing-masing UMKM kopi *roastery* tersebut tidak memiliki catatan ataupun perhitungan yang sesuai. Tabel tersebut hanya menerangkan biaya transaksi yang berhasil dihimpun dan dapat dihitung jumlahnya. Adapun beberapa jenis biaya transaksi dihitung berdasarkan hitungan pertahun, yakni biaya pengambilan bahan baku, biaya pengiriman produk dan biaya promosi.

Pengeluaran pengambilan bahan baku (ongkos bensin) bervariasi, dihitung pertahun di dalam tabel tersebut. Apresio Kopi Malang mengeluarkan biaya pengambilan bahan baku paling banyak karena ia berusaha selalu mengambil bahan baku sendiri di sekitar Malang, agar mengurangi ongkos kirim operasional melalui jasa pengiriman. Adapun Kedai Kopi Kalimetro memiliki pengeluaran biaya pengambilan bahan baku yang tidak terlalu banyak sebanyak Apresio, dikarenakan setiap pengambilan bahan baku, langsung mengambil dengan kuantitas yang besar dan menghemat waktu. Namun, untuk biaya pengiriman produk, Pabrik Kopi Duoningrat memiliki pengeluaran paling besar, dikarenakan para pembeli yang mereka sub persediaannya, tidak membayar ongkos kirim yang ada, sehingga Pabrik Kopi Duoningrat yang menanggung beban biaya bensin, berbanding dengan Amstirdam Coffee and *Roaster* yang selalu membebani biaya pengiriman produk kepada konsumen atau distributor dengan cara mereka mengambil langsung ke lokasi Amstirdam.

Untuk biaya internet, hanya Pabrik Kopi Duoningrat dan Apresio yang mengeluarkan biaya, karena *roastery* lainnya mengandalkan wifi yang sudah terpasang di dalam kedai mereka, sehingga beban wifi terdapat dalam biaya operasional dan keuntungan yang didapat dalam tiap cangkir yang dijual. Adapun biaya promosi yang dikeluarkan Telescope tergolong paling besar, karena berusaha untuk terus membranding produk mereka dengan cara mengikuti stan bazar dan *event-event* lainnya. Sedangkan untuk Motiv Coffee, Apresio, Nusantara dan Motiv Coffee, biaya promosi berupa biaya bensin yang dikeluarkan untuk menawarkan produk mereka secara *door to door*. Dari satu kedai kopi ke kedai lainnya. Untuk Amstirdam, mereka hanya mengeluarkan biaya untuk membayar fotografer profesional. Biaya pulsa yang dikeluarkan tiap-tiap *roastery* tidaklah sebanyak biaya bensin untuk pencarian informasi bahan baku. Sebab, mereka bukan lagi hanya menggunakan telpon atau SMS, namun menggunakan WhatsApp ataupun LINE untuk sarana berkomunikasi dengan hemat. Biaya bensin bervariasi seiring dengan kecocokan kualitas produk yang telah didapat sehingga mereka tidak perlu lagi mencari petani, *trader*, atau koperasi lebih sering. Akan tetapi kerugian pencarian bahan baku yang sesuai yakni dengan cara *meroasting* (menyangrai) biji kopi bervariasi tiap *roastery* nya, bahkan Kedai Kopi Kalimetro tidak mempunyai kegagalan *roasting*, karena mereka langsung mengelola biji kopi tersebut dalam kadar *roasting* yang lain. Adapun kegagalan *roasting* yang dialami pelaku *roastery*, mereka akan menjual kembali produk mereka dengan harga lebih rendah ataupun meminta kompensasi pengembalian harga yang lebih rendah kepada petani, apabila kesalahan dari awal terjadi dari pihak *supplier*.

Di dalam pembiayaan perusahaan memperoleh izin, hanya Telescope yang benar-benar mengurus SIUP melalui notaris dan Apresio yang mengurus SIUP secara langsung. Yang lainnya seperti Amstirdam dan Kedai Kopi Kalimetro, telah mengurus PIRT namun tidak mengingat biaya yang telah dikeluarkan dan Pabrik Kopi Duoningrat memperoleh PIRT nya melalui program pemerintah secara gratis.

Dalam Amstirdam Coffee and *Roaster*, biaya yang paling banyak mereka keluarkan adalah untuk biaya sertifikasi profesi, hal ini dikarenakan status mereka sebagai salah satu *roastery* yang memproduksi kuantitas paling banyak di Malang yakni hingga lebih dari 10-12 ton/tahun sehingga mereka ingin menyeimbangkan kemampuan yang mereka punya yakni dengan mengambil berbagai kelas dan sertifikasi barista dan *roaster* agar dapat memberikan kualitas biji kopi terbaik. Pabrik Kopi Duoningrat juga mengeluarkan biaya sertifikasi pelatihan serta Telescope yang sering mengikuti kelas-kelas barista dan pengelolaan kopi.

E. KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada 7 UMKM kopi roastery di Kota Malang mengenai biaya transaksi, melalui teknik wawancara, dokumentasi dan observasi didapatkan bahwa:

UMKM Kopi *Roastery* adalah Usaha kopi yang mengelola biji kopi hijau menjadi kopi yang siap digiling dengan proses sangrai (*roasting*) dengan mesin atau alat tertentu sehingga menghasilkan kopi yang siap dikonsumsi. Berdirinya UMKM kopi *Roastery*, mereka melihat potensi bahwa kopi adalah komoditas yang memiliki potensi ekonomi lebih dan dapat dikelola secara maksimal. Serta menyadari bahwa kopi sebagai kultur dan beberapa ingin mensejahterakan petani kopi. Biaya transaksi yang terbentuk dari aktivitas ekonomi dalam Kopi *Roastery* adalah biaya pemasaran, biaya izin (birokrasi), biaya transportasi dan biaya pencarian informasi. .

Semua mengambil dari petani langsung baik lewat transaksi *offline* maupun *online*. Hal ini dikarenakan untuk mempersingkat rantai biaya pengambilan bahan baku serta biaya pencarian informasi mengenai profil produk biji kopi yang dibutuhkan serta mendapatkan biji kopi dengan harga yang lebih bersaing. Biaya pencarian informasi baik mendapatkan info tentang petani ataupun *trader* biji kopi hanya dari relasi/teman atau mencari sendiri pada akhirnya. Jaringan modal sosial sangat berpengaruh terhadap biaya pencarian informasi. Mengikuti forum relasi sebagai wadah bertukar informasi, silaturahmi dan membangun jaringan. Untuk mendapatkan produk bahan baku yang diinginkan, kegagalan *roasting* pasti ada dan bervariasi. Tergantung bagaimana pelaku roastery mengelola produk yang telah gagal tersebut.

Biaya iklan berupa biaya internet hampir tidak ada di dalam roastery, dikarenakan masing-masing roastery sudah menggunakan wifi yang dibebankan kepada biaya operasional. Sedangkan biaya promosi dapat berupa biaya ongkos bensin yang digunakan untuk menawarkan produk door to door ataupun strategi marketing lainnya. Dalam biaya birokrasi, tidak semua mengeluarkan biaya perolehan izin karena dirasa belum membutuhkan dan tidak punya cukup waktu ataupun budget biaya yang bisa disiapkan. Adanya keenganan mengurus birokrasi, biaya sertifikasi profesi, para pelaku roastery hampir semuanya punya, dikarenakan untuk menunjang kredibilitas dan peningkatan kualitas yang mereka ingin berikan. Bentuk sertifikasi tersebut dapat berupa sertifikasi ataupun kelas singkat tentang perkopian.

Saran

1. Dalam kegiatan produksi kopi *Roastery* di Kota Malang, masih banyak nya biaya transaksi yang ditimbulkan didalam pencarian informasi. Sebaiknya jaringan modal sosial yang dibangun dan dimiliki dapat digunakan sebagai modal dalam mencari informasi pembelian bahan baku disaat harga sedang tinggi ataupun terjadi kelangkaan barang. Apalagi selama ini kontak ataupun info bersifat individualis, padahal dibalik itu juga terdapat peluang untuk membangun jejaring yang lebih kuat agar dapat memasarkan produk atau branding produk secara efisien.
2. Perencanaan dan persiapan yang lebih matang untuk pencarian informasi, membangun relasi, mencari tenaga kerja yang sesuai dan mengetahui teknik pemasaran yang sesuai dengan pasar yang dituju, dapat meminimalisir timbulnya biaya transaksi bagi para pemain baru dalam dunia kopi *roastery*. Ruang fisik atau gudang penyimpanan juga harus disiapkan dan diperhitungkan sebelum para pemilik memiliki tempat yang sesuai dengan kebutuhannya, karena menyimpan biji kopi dan mesin haruslah ekstra hati-hati.
3. Merubah dan memaksimalkan sistem kelembagaan yang berada di dalam usaha kopi *Roastery*, perlu adanya aturan baru atau mencari jasa pengiriman yang lebih murah untuk distribusi produk

ke konsumen sehingga dapat meminimalisir biaya transportasi dan memaksimalkan biaya tersebut untuk penggunaan kegiatan operasional lainnya.

4. Adanya kesepakatan bersama dalam keterbukaan informasi didalam komunitas para pegiat kopi akan meminimalisir timbulnya biaya operasional dan biaya transportasi yang besar serta keterbukaan informasi akan mempersingkat waktu dan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk dan harga yang tepat. Perlu adanya penjemabatan komunikasi antar berbagai pihak, seperti petani, perantara, dan pemerintah.

5. Saran untuk peneliti selanjutnya agar dapat meneruskan penelitian analisis biaya kopi *Roastery* secara mendalam dengan melibatkan petani kopi sebagai penyedia bahan baku dan memaparkan secara jelas bagaimana alur dari hulu ke hilir secara lebih mendalam agar dapat menghitung margin keuntungan ataupun mengetahui proses modal sosial yang terbentuk.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu sehingga jurnal ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada Dosen Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya dan Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya yang memungkinkan jurnal ini bisa diterbitkan. Terima kasih kepada UMKM kopi roastery di Malang selaku narasumber: Amstirdam Coffee and Roaster, Pabrik Kopi Duoningrat and Roaster, Motiv Coffee and Roaster Co, Nusantara Coffee and Roaster, Telescope, Apresio Kopi Malang, Kedai Kopi Kalimetro dan Ini Kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Bustanul. 2005. *Ekonomi Kelembagaan Pangan*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Aulia, Nanda Hikmatul. 2018. Identifikasi Rantai Pasokan dan Jenis Biaya Transaksi Petani Tambak dan Pengepul (Studi pada Usaha Hasil Perikanan Tambak Bandeng di Desa Kalanganyar Kabupaten Sidoarjo). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Badan Pusat Statistik Kota Malang. 2017. Produk Domestik Regional Bruto Kota Malang Menurut Lapangan Usaha 2012-2016. <https://malangkota.bps.go.id/publication/2017/09/07/6f16d1caa243b75eed315045/produk-domestik-regional-bruto-kota-malang-menurut-lapangan-usaha-2012-2016-.html>. Diakses tanggal 13 April 2018.
- Badan Standarisasi Nasional. 2008. Standar Nasional Indonesia (SNI) Biji Kopi, SNI 01-2907-2008. Indonesia. http://disbun.sulselprov.go.id/files_download/SNI_2907-2008_Biji_Kopi.pdf. Diakses 12 November 2018
- Bank Indonesia. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia.
- Creswell, J. W. 2012. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chintia, Bunga. 2012. Biaya Transaksi: Kasus. <http://planningandpublicpolicy.blogspot.com/2012/12/biaya-transaksi-kasus.html>. Diakses pada 02 Oktober 2018.
- Data UMKM Kota Malang. <http://pelakuekonomi.malangkota.go.id/indexUmkm.php>. Diunduh 02 Oktober 2018.
- Detik. 2017. Pemerintah Akan Hapus Aturan Perpanjangan SIUP dan TDP. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3424377/pemerintah-akan-hapus-aturan-perpanjangan-siup-dan-tdp>. Diakses 23 Oktober 2018.

- Enthusiast *Coffee*. 2016. Proses Perjalanan Biji Kopi Dari Benih Hingga ke Secangkir Kopi. <https://enthusiastcoffee.wordpress.com/2016/09/21/10-proses-perjalanan-biji-kopi-dari-benih-hingga-ke-secangkir-kopi/>. Diakses 02 November 2018.
- Faris, Miftah. 2015. Studi Komparasi Biaya Transaksi Pada Perdagangan Online dan Offline (Studi Kasus Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Malang). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Furubotn, E dan Ritscher R. 2000. *Institution And Economic Theory: The Contribution of The New Institutional Economics*. The University of Michigan Press. Ann Arbon. USA
- GAEKI. 2013. Majalah GAEKI. Majalah Gaeki 2011-2012. <http://gaeki.or.id/wp-content/uploads/2013/06/Majalah-GAEKI.pdf>. Diakses 30 Agustus 2018.
- Gordi. 2018. Sensory Experiences. <https://www.gordi.id/blogs/updates/sensory-experience>. Diakses 02 November 2018.
- Hendar dan Kusnadi. 2005. *Ekonomi Koperasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Kata Data. 2018. Berapa Ekspor Kopi Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/24/berapa-ekspor-kopi-indonesia>. Diakses 29 Agustus 2018.
- Kata Data. 2018. Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>. Diakses 29 Agustus 2018.
- Kementerian Keuangan. 2017. Pemerintah Pangkas Izin Prosedur Waktu dan Biaya Untuk Kemudahan Berusaha di Indonesia. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-pangkas-izin-prosedur-waktu-dan-biaya-untuk-kemudahan-berusaha-di-indonesia/>. Diakses 23 Oktober 2018.
- Kofi, Bung. 2017. Harga Biji Kopi di Indonesia. <https://bumikopi.com/108/harga-biji-kopi-di-indonesia.html>. Diakses 05 November 2018.
- Manzilati, Asfi. 2011. *Kontrak Yang Melemahkan: Relasi Petani dan Korporasi*. Malang: UB Press.
- Meramveliotakis, Giorgos dan Dimitris Milonakis. 2010. Surveying The Transaction Cost Foundations of New Institutional Economics: A critical Inquiry. *Journal of Economic Issues*. Vol XLIV, No.4 p. 1045-1071.
- Merina, Nely. 2016. Perbedaan dan Pengertian PIRT, MD, ML dan SP. <http://goukm.id/izin-bpom-pirt-md-ml-dan-sp/>. Diakses 23 Oktober 2018.
- Moeleong, L. J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Musika, Yoga A. 2017. Kopi dan Rokok Budaya Ngopi Indonesia. <https://majalah.ottencoffee.co.id/kopi-dan-rokok-budaya-ngopi-indonesia/>. Diakses 30 Agustus 2018.
- Okezone. 2016. Ini Bedanya Coffeeshop dan Roastery. <https://lifestyle.okezone.com/read/2016/12/22/298/1573430/ini-bedanya-coffee-shop-dan-coffee-roastery>. Diakses 29 Agustus 2018.
- Omposunggu, Marthin P dan Djawahir, Achmad H. 2011. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Pambudi, Tri Novia. 2014. Biaya Transaksi dan Modal Sosial antara Pedagang dan Pemasok (Studi Pada Pedagang Sayur di Pasar Blimbing-Kota Malang). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Pejovich, Svetozar. 1997. *The Economics Foundations of Property Rights: Selected Readings*. UK: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UU No. 20 Tahun 2008

- Riyanto, Tomy. 2016. Analisis Komparatif dan Identifikasi Biaya Transaksi pada UMKM (Studi Kasus Pada UMKM yang Memproduksi Lempok Durian Tiga Saudara dan Citra Rasa di Kabupaten Bengkalis). Disertasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Speciality *Coffee* Association. 2017. Unified But Uninformed. *Coffee Tea & I Magazine*, Vol.57: 26-27.
- Strassman, P. 2002. Defining and Measuring Information Productivity. The Information Economics Press.
- Tietenberg, Tom. 1992. *Environmental and Natural Resource Economics*. USA: HarperCollins Publishers Inc.
- Towaha, J., Purwanto, E H., dan Aunillah, A. 2013. Peranan Pengolahan Terhadap Pembentukan Citarasa Kopi. Balai Penelitian Tanaman Industri dan Penyegar. Sukabumi.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit Harian Ilmu.
- Yustika, Ahmad Erani. 2013. *Ekonomi Kelembagaan: Paradigma, Teori dan Kebijakan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Zafira, Arviona Nadya. 2015. Biaya Transaksi pada UMKM yang Memproduksi Yoghurt (Studi Pada Rumah Yoghurt di Junrejo dan Yo Good di Sawojajar). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.