
RUANG NEGOSIASI PEREMPUAN DI BALIK REVOLUSI KOPI USING

Dien Vidia Rosa

Universitas Jember

Email : dien.fisip@unej.ac.id

Abstrak

Masyarakat adat sedang menghadapi praktik transformasi teknologi kebudayaan. Globalisasi menempatkan identitas subjek kosmopolitan yang turut serta berpikir secara global dan bertindak secara lokal. Komunitas adat menghadirkan diri melalui negosiasi praktik kebudayaannya yang seringkali berkontestasi dalam pasar yang dibentuk oleh elit adat dan elit lokal. Kopi Using menjadi komoditas revolusioner yang menerjemahkan kebudayaan Using sebagai salah satu garda depan pembangunan etnisitas Banyuwangi dalam gerak mode ekonomi kreatif. Wajah kopi Using ditampilkan secara multi dimensi dan diruangkan dalam penikmatan serta selera. Praktik produksi dan konsumsi kopi tidak bisa dipisahkan dari ruang negosiasi perempuan yang membentuk kopi Using sebagai identitas budaya. Artikel ini mendiskusikan perempuan Using yang menampilkan subjektivitasnya dalam diskursus kopi Using dengan menggunakan perspektif postkolonial. Berbasis pada penelitian etnografi visual, negosiasi perempuan Using muncul dalam ruang antara domestic publik dan tradisional-modern.

Kata kunci: kosmopolitan; negosiasi; perempuan; postkolonial.

WOMEN NEGOTIATION SPACE BEHIND REVOLUTION OF *USING* COFFEE

Abstract

Adat community is facing cultural technology transformation practices. Globalization placed the identity of cosmopolitan subject that participated globally and acted locally. Adat community present themselves through their cultural practice negotiation which oftenly contested in the market that was formed by adat elite and local elite. Using Coffee became revolutionary commodity which translated Using culture as one of the front guard of Banyuwangi ethnicity development in creative economic mode. The face of Using Coffee was appeared *multi-dimensional* and also spaced in luxurious and taste. Coffee production and consumption practices could not separate from women negotiation space to form Using coffee as cultural identity. This article discussed Using women that performed their subjectivity in coffee Using discourse using postcolonial perspective. Based on *ethnographic* visual method, Using women negotiation arouse in the third space of domestic-public and modern-traditional.

Keywords: cosmopolitan; negotiation; women; postcolonial.

PENDAHULUAN

Kopi Using merupakan ruang konsepsi yang sedang dicari titik temunya. Sebagai representasi kopi lokal, kopi Using dianggap memiliki ciri khas yang juga merepresentasikan budaya Using agar dapat membedakan dengan kopi lainnya dan menarik minat orang lain untuk mengetahuinya. Sedangkan, beberapa wacana tentang kopi Using mewarnai dan menyajikan argumentasi ideal tentang kopi Using yang seharusnya. Namun persoalannya seperti apakah wacana tentang kopi Using tersebut dan siapakah yang membangun wacananya? Hal tersebut menarik untuk dieksplorasi sampai bertemu pada satu persoalan bagaimana Wong Using merepresentasikan Kopi Using sebagai bagian dari budaya masyarakat Using. Selanjutnya yang menjadi fokus utama dalam tulisan ini adalah perempuan Using yang membentuk identitas melalui ruang negosiasi budaya kopi Using.

Tanaman kopi didatangkan oleh orang Belanda di wilayah-wilayah perkebunan di Banyuwangi dan mulai memproduksi sekitar tahun 1930-an. Praktik kapital kolonial tersebut merujuk Prasetyo (2014) dan Anam, dkk. (2013) membawa persinggungan etnis Using dengan etnis di luar dirinya (semisal Jawa dan Madura). Dan pada tataran tertentu menghasilkan akulturasi kebudayaan dalam wilayah perkebunan dengan praktik pengetahuan pengolahan kopi di dalamnya. Bagi masyarakat Using atau *Wong Using*, kopi telah menjadi bagian budaya yang tidak dapat dilepaskan dari keseharian mereka. Penempatan kopi dari tanaman sampai menjadi seduhan adalah bingkai kultur masyarakat Using yang dimaknai sebagai yang lekat dengan kebutuhan pokok dan sebagai perekat kohesi sosial. Begitu istimewa kopi di masyarakat Using menjadikan kopi sebagai ciri khas yang mampu merepresentasikan budaya masyarakat Using. Minum kopi memiliki makna sosial tersendiri bagi *Wong Using*, baik bagi keluarga maupun orang lain. Pada konteks bertamu atau ada tamu, orang yang dikenal maupun baru kenal. Cara minum kopi *Wong Using* juga berbeda, terutama masa kini dimana sejarah dan wacana memegang peranan penting

dalam produksi dan reproduksi makna. Kopi ibarat menjadi bahan pangan pokok yang dalam penyebutan biji bersihnya disamakan dengan padi, yaitu beras. Nama kopi, pengolahan kopi, pembuatan minuman kopi serta penyeduhannya pun sarat dengan bagaimana *Wong Using* menceritakan dirinya dan membangun identitasnya. Dan salah satu ciri yang melekat dalam budaya terlihat pada penggunaan bahasa. Sesuai dengan tata bahasa Using, penyebutan huruf vokal “i” di akhir kalimat menjadi “ai” sehingga bagi *Wong Using* kopi di akhir kalimat akan mejadi “kopai”. Keunikan penyebutan tersebut adalah salah satu ciri budaya Using yang lekat dalam kopi *Wong Using*.

Dengan demikian, budaya masyarakat Using identik dengan kopi. Dan secara umum, orang Indonesia sangat familiar dengan tanaman dan minuman kopi. Begitu juga dengan daerah-daerah di Indonesia yang dikenal sebagai produsen kopi dan memiliki ciri khas masing-masing kopinya, seperti Aceh, Gayo, Toraja dan Lampung. Konon, jenis kopi yang benar-benar asli Indonesia adalah jenis kopi Dayak. Di luar itu, jenis kopi yang banyak beredar adalah jenis Robusta dan sekarang mulai digalakkan jenis Arabika. Pemerintah Indonesia sendiri menarget Indonesia sebagai salah satu negara pengeksport kopi terbesar di dunia dengan harapan hal tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan petani kopi di Indonesia. Hal senada yang sedang digagas oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi yang sedang gencar-gencarnya mempromosikan kesenian dan budaya masyarakat Using serta menjadikan Banyuwangi sebagai *The City of Coffee*.

Salah seorang dewan pembina pada Lembaga Masyarakat Adat Using juga memasukkan agenda mengangkat kopi sebagai bagian dari budaya *Wong Using*. Namun berbicara tentang kopi Using yang dapat dijadikan sebagai suatu *trademark* atau semacam ikon yang mempertegas identitas dan budaya Using masih sulit. Berbagai hambatan tentang konsepsi kopi Using dan wacana yang berbeda merujuk bahwa tidak mudah mencapai suatu kesepakatan pemahaman mengenai kopi Using. Terlebih lagi, situasi ini dihadapkan pada

gencarnya industri kopi sachet yang merambah kota Banyuwangi dan tawaran variasi jenis minuman kopi di café-café atau warung-warung yang juga mulai tumbuh pesat di Banyuwangi.

Tulisan ini mendiskusikan latar revolusi kopi Using sebagai ruang negosiasi perempuan. Kopi Using dilihat sebagai komoditas cair yang dapat menggerakkan posisi perempuan pada level budaya kopi. Revolusi kopi Using ditandai merebaknya globalisasi dan masuknya investasi penanaman modal dalam ranah pariwisata daerah. Banyuwangi sebagai wilayah yang memanfaatkan ledakan kopi Indonesia dalam pangsa pasar dunia turut memilih kopi sebagai salah satu karakteristik kota. Banyuwangi *The City of Coffee* adalah slogan yang disuguhkan dan masuk dalam agenda pariwisata daerah melalui “Festival Sepuluh Ewu Cangkir” (Festival Sepuluh Ribu Cangkir) yang telah diadakan beberapa tahun terakhir. Revolusi Kopi Using menjadi penting ketika dihadapkan pada kehadiran wacana kopi Using Banyuwangi yang kemudian lekat dengan adat. Medan kontestasi kopi Banyuwangi mencakup permasalahan industrialisasi kopi melalui jenis kopi sachet dan perusahaan perkebunan kopi negara yang mulai bekerjasama dengan petani kopi rakyat. Terutama isu strategis mengenai budaya kopi yang mencakup identitas masyarakat Banyuwangi sebagai produsen maupun konsumen kopi. Dalam ruang ini, masyarakat adat seringkali dipertontonkan sebagai yang mengabsahkan kopi Using dan memilikinya sebagai identitas. Kemunculan Festival Sepuluh Ewu Cangkir perlu dilihat sebagai teritori ekonomi politik adat yang di banyak tempat dalam ruang negosiasi yang sama memunculkan relasi kompleks antar subjek, baik sebagai representasi masyarakat adat, masyarakat Banyuwangi maupun pemerintah daerah Banyuwangi dalam alur dan level elit serta non-elit.

Santos (1999) berargumen bahwa ada empat mode produksi globalisasi yang berkontribusi dalam empat bentuk globalisasi. Pertama, *globalized localism* yang menurut pandangan Santos merupakan proses dimana fenomena lokal secara sukses mengglobal. Pada

konteks tersebut, Santos mencontohkan bagaimana entitas lokal bergerak menjadi perusahaan transnasional (TNCs), transformasi bahasa Inggris menjadi *lingua franca*, globalisasi makanan cepat saji atau musik populer Amerika, atau adopsi hukum *copyright* Amerika pada *software* komputer.

Kedua, yang disebut Santos sebagai *localized globalism*. Menurut Santos, mode produksi ini terdiri atas dampak spesifik praktik-praktik transnasional dan imperatif pada kondisi lokal yang dengan demikian rusak dan terestuktur agar merespon kepentingan transnasional. Sebagai contoh, Santos mengemukakan tentang kantong-kantong daerah perdagangan bebas, deforestasi, dan pengurangan dalam jumlah besar sumber daya alam untuk membayar hutang luar negeri, *ethnicization* di tempat kerja, dan lain sebagainya. Dengan demikian, bagi Santos, jaring dunia dijalankan oleh mode produksi *globalized localism* oleh negara pusat atau inti sedangkan *localized globalism* oleh negara *peripheral*.

Mode produksi ketiga dan keempat, menurut Santos adalah konsekuensi dari proses intensif interaksi global, yaitu *cosmopolitanism* dan *common heritage of humankind*. *Cosmopolitanism* berhubungan dengan aktivitas seperti filantropi transnasional Utara-Selatan, organisasi hak asasi manusia, advokasi transformatif NGO, nilai-nilai kultural non-imperialist, pelibatan dalam riset poskolonial, studi subaltern, dan lain-lain. Sedangkan *common heritage of humankind* merupakan isu-isu yang berkaitan dengan global secara keseluruhan, yaitu isu-isu yang mengarah pada sumber-sumber yang secara alamiah harus dikelola oleh pihak yang dipercaya oleh komunitas internasional sebagai perwakilan generasi hari ini dan masa depan. Misalnya, isu perlindungan terhadap lapisan ozon dan eksplorasi angkasa luar.

Perempuan Using dalam pembahasan ini dilihat sebagai subjek kosmopolitan yang berakar pada identitas kultur Using dan menjadi bagian penting dari urusan pewarisan kebudayaan Using ketika berhadapan dengan

kebudayaan lain sebagai salah satu efek globalisasi. Negosiasi dilihat sebagai strategi mencipta ruang untuk memperjuangkan praktik budaya keseharian dalam ruang yang telah ada sebelumnya dan tawaran ruang baru yang sama sekali berbeda dengan yang telah tersedia. Dalam konteks tersebut, perempuan Using berada pada ruang apapun dengan maksud menyatakan eksistensi dan memunculkan gagasan mereka.

METODE PENELITIAN

Situasi lapang membantu mengeksplorasi teks yang diwacanakan dalam melihat konteks bagaimana perempuan Using dibicarakan dan bernegosiasi dengan ruang kultural sehubungan dengan kopi Using. Penelitian ini bergerak dalam pendekatan etnografi, khususnya etnografi visual yang menurut Harper ((2012:11) *is an effort to understand culture by making it visible and the frame of reference is usually much smaller than a whole culture*. Selain itu, corak etnografi visual adalah penerapan metode refleksif. Harper berargumen, *visual ethnography has recently developed an acute interest in telling story of the research process as part of the research result, which is now referred to as reflexivity* (2012:39). Mengutip Pink, Harper (2012) melanjutkan bahwa refleksifitas dihubungkan dengan proses pengintegrasian lapang dan representasi visual ataupun tertulis yang bukan sekedar menjelaskan pendekatan peneliti namun membuka proses dimana pemosisian peneliti dan informan dibentuk dan melalui mana pengetahuan diproduksi sepanjang kerja lapang. Dengan demikian, proses riset tidak dapat dilepaskan dari *interlocking system* antara peneliti dan informan yang menjadi subjek penelitiannya.

Sementara itu, teks menjadi wacana yang terbuka dengan interpretasi plural. Pembacaan teks lekat dengan produksi dan reproduksi makna yang terkandung di dalam bahasa. Fairclough (2003:203) berargumen bahwa elemen bahasa merupakan aspek yang krusial di dalam transformasi sosial yang sedang terjadi. Oleh sebab itu, penting untuk melihat wacana

secara kritis yang berarti menemukan bagaimana wacana tersebut direkonstruksi untuk selanjutnya mendekonstruksi elemen-elemennya melalui analisis wacana kritis. Lebih jauh, dalam bukunya *Language and Power*, Fairclough (1996:109) menulis bahwa persoalan analisis wacana kritis adalah mengidentifikasi tiga elemen, yaitu teks, interaksi dan konteks sosial. Dan untuk mengembangkan analisis terhadap ketiga elemen tersebut terdapat tiga tahapan. Pertama adalah deskripsi teks. Kedua adalah interpretasi hubungan antara teks dan interaksi. Dan ketiga eksplanasi hubungan antara interaksi dan konteks sosial.

Dalam penelitian dan penulisan artikel ini, posisi yang dikembangkan oleh penulis merupakan metode etnografi yang dikembangkan ke arah etnografi visual. Dalam praktiknya, penulis mengumpulkan dokumentasi berupa foto dan video untuk menangkap serta memahami keseharian petani kopi Using, terutama aktivitas perempuan yang berhubungan dengan produksi dan konsumsi kopi. Dokumentasi tersebut kemudian dikembangkan menjadi wacana yang direlasikan dengan narasi perempuan yang diperoleh dari wawancara dan diskusi dengan mereka. Pada titik tersebut, perlu dipertimbangkan bahwa narasi yang dibangun oleh perempuan Using merupakan ruang praktik kultural yang sedang berlangsung di tengah pembentukan revolusi kopi Using.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Revolusi Kopi Using dan Kontestasinya

Analisis wacana kritis dari data yang diperoleh menunjukkan terdapat dua konten utama yang dimunculkan dari revolusi dan representasi kopi Using. Pertama adalah adanya kontestasi wacana di dalam Wong Using untuk menginterpretasikan dan merepresentasikan kopi sebagai budaya. Dan kedua terdapat negosiasi budaya terkait kontestasi wacana Wong Using tentang kopi Using yang terus berlangsung. Secara garis besar, antara kurun waktu 2013-2014 selama penelitian berlangsung, ada tiga kepentingan yang menggerakkan wacana atas kopi Using. Pertama, Setiawan Subekti atau lebih akrab dikenal Pak Iwan sebagai pemilik

kebun kopi dengan keahlian kopi bertaraf internasional. Kedua, wacana yang dikembangkan oleh Purwadi sebagai salah satu pembina Lembaga Masyarakat Desa Using yang merupakan peggerak dan pelestari adat Using. Dan yang terakhir adalah wacana yang bersumber dari petani kopi sebagai Wong Using kebanyakan.

Sosok Setiawan Subekti lekat dengan representasi kopi Using yang elit. Gagasan kopi Setiawan Subekti tidak dapat dipisahkan dari konstruksi pengetahuan dan pengalamannya di dunia internasional sebagai salah satu pakar kopi. Kedekatannya dengan jajaran elit dan pemerintah daerah Banyuwangi serta media massa memudahkan wacana kopi Using versinya menjadi representasi yang mudah diterima. Memiliki karakteristik yang “halus di lidah”, kopi Using dalam gagasan Setiawan Subekti dibawa pada level kontestasi global dengan agenda standarisasi sangrai kopi yang benar. Oleh sebab itu, Setiawan Subekti seringkali mengadakan pelatihan serta kerjasama dengan instansi untuk mengawal agendanya. Sementara Purwadi atau yang lebih akrab disapa Kang Pur menerima ide standarisasi sangrai kopi versi Pak Iwan yang menurutnya dapat memberi nilai ekonomi lebih pada kopi Using. Di satu sisi Kang Pur sependapat dengan Pak Iwan bahwa rasa kopi dan pengelolaan biji kopi yang tepat merupakan salah satu elemen penting untuk membawa kopi khas Using dalam kontestasi pasar. Di sisi lain, Kang Pur berfokus pada pencarian karakteristik jenis kopi produksi Using yang dapat membantu meningkatkan kualitas kopi Using menjadi vital dalam gerakan ekonomi kreatif pariwisata adat berbasis kuliner. Sedangkan di lain tempat, petani kopi Using dalam balutan pengetahuan tradisional mengenali kopi mereka secara turun temurun memberi arti sosial yang mempunyai nilai lebih. Meskipun pada sisi proses pengolahan biji kopi mereka dikatakan belum benar (dalam perspektif proses sangrai yang tepat menurut kepakaran) namun

Wacana pembentukan identitas kopi Using belum menunjukkan geliat baru di tahun 2015 dan 2016. Hanya saja menurut informasi

salah seorang pengunjung, Festival Ngopi Sepuluh Ewu Cangkir di tahun 2016 mulai menarik perhatian komunitas barista Banyuwangi. Ruang festival tersebut dilihat sebagai sebuah potensi memperkenalkan budaya kaum muda yang memadukan keterampilan dan pengetahuan kopi modern Banyuwangi yang banyak muncul di kafe-kafe dan sejenisnya. Pertemuan gagasan budaya kopi Banyuwangi bertemu di salah satu titik dalam ruang Festival Ngopi Sepuluh Ewu Cangkir. Keunikan terjadi di sebuah tempat yang mempertemukan kesalehan, keramahan dan kedermawanan Wong Using Kemiren dengan modernisasi kopi yang dibawa oleh kapital industrial dengan wajah globalisasi terutama melalui kaum muda yang terpesona. Sementara itu, sudut lain budaya kopi telah memotret usaha keras petani tradisional atau petani kopi rakyat untuk menemukan inovasi ruang dalam pangsa pasar kopi dunia yang sedang tren dengan label “organik”. Hal tersebut sekaligus menepis anggapan tradisionalitas yang melekat dalam proses pengolahan kopi mereka yang tidak benar dan tidak berguna. Rosa (2016) telah menulis konstruksi budaya kopi Using beserta persoalan-persoalannya dan kemudian mengenali arus kemunculan wacana-wacana tersebut sebagai momen revolusi kopi Using yang mengarah pada pembentukan identitas budaya kontemporer. Hal ini berarti bahwa kopi Using sedang berkembang dan mencari kecenderungan untuk berkesesuaian dan dapat diterima oleh masyarakat sekaligus pasar dunia.

Narasi Perempuan dalam Arus Wacana Kopi Using

Perjalanan kopi Using belum berakhir dan wacana pembentukan budaya kopi terus berkembang. Bagaimana perempuan Using melihat proses tersebut? Kopi merupakan komoditas yang mempertemukan perempuan dengan dimensi sosial dan global. Perempuan kemudian dilihat sebagai subjek penting yang menggerakkan wacana budaya kopi Using dalam tahap negosiasi yang tidak pernah selesai. Dalam konteks gerak ekonomi kreatif dan imej serta modal sosial wong Using, perempuan

dapat menentukan gagasan mana yang mampu mereka praktikkan dan sebarluaskan. Signifikansi posisi perempuan dalam aktivitas kultural penting untuk melihat sejauhmana koherensi sosial masih memegang peranan penting dalam harmonisasi kehidupan etnis maupun anatar etnis dalam suatu wilayah. Permandeli (2015:105), mengemukakan bahwa perempuan Jawa menjadi subjek kultural yang penting karena bertanggungjawab atas penyelenggaraan semua *selamatan*, bukan hanya bertanggungjawab atas *selamatan* di rumahnya sendiri tetapi juga atas semua *selamatan* yang diadakan untuk menjamin keadaan *selamat* semua orang dalam masyarakat Jawa.

Serupa dengan masyarakat Jawa, masyarakat Using juga menyelenggarakan upacara maupun ritual adat yang membutuhkan kelengkapan anggota sosial yang berpartisipasi dalam pembagian kerja. Perempuan Using mengenal tradisi menyumbang baik berupa material seperti hasil kebun, sawah, atau ladang maupun berupa tenaga untuk bekerja membantu tuan rumah yang sedang memiliki hajat. Selain mempersiapkan aneka makanan dan minuman, mereka juga bertugas melayani kebutuhan tamu yang datang baik laki-laki maupun perempuan. Dalam kesibukan mereka terselip berbagai cerita yang dibagi dengan sesama mereka. Rumor, isu, fakta, gurauan adalah bahan pembicaraan yang gampang beredar di masa itu. Perempuan dengan berbagai tugas dan tanggungjawab secara terperinci merupakan bagian yang penting dalam acara-acara tersebut. Bagi mereka yang mendapat tugas menerima sumbangan, terdapat dua metode yang biasa dijalankan. Pertama adalah mencatat setiap nama yang menyumbang berikut jumlah pemberiannya. Kedua adalah cukup mengingat mereka yang datang dan menyumbang, metode terakhir ini dapat dijalankan oleh mereka yang memiliki jam terbang tinggi, memori yang baik, serta ikatan sosial yang cukup erat di desanya.

Dalam lalu lintas budaya kopi, perempuan bergerak dalam dua ruang sosial, baik publik maupun domestik. (Lihat Gambar 1) Di tangan perempuan, kopi memiliki fungsinya sebagai instrumen kohesi sosial yang menghubungkan



Gambar 1. Perempuan Warga Desa Kemiren menyiapkan hidangan berupa corotan kopi dan kue-kue tradisional untuk tamu yang datang ke acara *sunatan*. Kopi dalam budaya Using disajikan terpisah dengan gula. (Sumber: Dokumentasi Puslit Etnik dan Komunitas Universitas Jember)

ranah lokal menuju global. Desa Kemiren yang secara khusus menyelenggarakan Festival Ngopi Sepuluh Ribu Cangkir dimandatkan sebagai desa wisata yang diharapkan memiliki ikon dan merk kuliner untuk diperkenalkan secara nasional dan sedapat mungkin meluas pada masyarakat internasional. Perempuan Using dalam kesempatan tersebut memiliki daya tawar yang istimewa. Mereka merupakan pusat dimana selera dan hasrat di luar Using dilihat sebagai peluang pasar untuk membuka munculnya komoditas baru.

Inovasi adalah alternatif solutif untuk penciptaan komoditas dalam ekonomi kreatif budaya. Dalam kerangka pikir memunculkan Using sebagai yang berdaya tarik dan berdaya jual, identitas dipadukan komoditi merupakan paket wisata yang strategis. Namun dalam hal kontestasi dan kepentingan beragam yang dihubungkan dengan politik identitas, diperlukan lebih dari sekedar komoditas berpadu dengan identitas. Eksotisisme merupakan diksi yang dipilih Savigliano (1995) untuk mengantarkan wacana politik hasrat, sebuah kehausan yang merindukan kepemilikan identitas nasional untuk ditampilkan memenuhi keinginan masyarakat dunia, dalam hal ini khususnya Barat. Eksotisisme adalah sebuah industri yang mensyaratkan distribusi dan pasar yang melibatkan di dalamnya kapital kultural dan kapital emosional. Dalam konteks tersebut, dorongan untuk menemukan Using yang orisinal

dan cukup berkarakter untuk kemudian menjadi berbeda dengan yang lain diperlukan untuk menopang agenda ekonomi politik negara jika dihubungkan dengan derasnya arus globalisasi. Dengan demikian, Using manakah yang dapat menyanggupi segala persyaratan tersebut? Pada gilirannya, perempuan Using sebagai yang mempraktikkan dan mendiseminasi gagasan tentang Using tersebut memegang posisi strategis untuk menegosiasikan dirinya.

Kurun waktu 2013 dan 2014, Kepala desa Kemiren adalah seorang perempuan. Hal ini membuka imajinasi dan diskusi mengenai ruang negosiasi masyarakat adat. Ibu Kades yang dalam beberapa performanya kurang menunjukkan geliat Using saat itu menghadiri ritual tradisional yang disebut pembacaan Lontar Yusuf. Kepada penulis Ibu Kades berbicara bahwa untuk mendorong ekonomi kreatif desa wisata adat diperlukan produk-produk yang dihasilkan dan dapat membangkitkan rasa ingin tahu serta ketertarikan yang selanjutnya berimplikasi pada munculnya kunjungan. Ibu Kades mencontohkan bahwa di Kemiren telah muncul kelompok atau komunitas anak muda yang memproduksi kopi khas Kemiren bernama Kopi Jaran Goyang. Pemerintah desa melalui dirinya mendukung, mendorong serta memfasilitasi agar kopi buatan komunitas pemuda Kemiren tersebut dapat diterima dan mendapat pasar di tingkat nasional. Ibu Kades menyatakan kebanggaannya membawa kopi Kemiren saat berkunjung ke luar daerah untuk sekaligus dipasarkan karena selain produksi orang lokal Kemiren, kopi Jaran Goyang memiliki rasa yang enak.

Sekelumit cerita dari elit desa perempuan tersebut belum tampak keberadaannya dalam cerita perempuan yang lain. Beberapa waktu yang penulis habiskan bersama ibu-ibu rumah tangga di dapur mereka menyiratkan berlikunya jalan kopi Kemiren menuju representasi produk lokal Kemiren. Jika elit desa menunjukkan kebanggaan produksi lokal, sewajarnya diiringi oleh penggunaan produk tersebut di tingkat lokal. Namun ibu-ibu rumah tangga bercerita bahwa sebagian dari mereka lebih suka menggunakan kopi sachet untuk

membuat kopi di rumahnya dengan alasan kepraktisan. Sementara sebagian ibu-ibu yang lain masih percaya bahwa rasa dan aroma kopi yang diolah dengan cara tradisional jauh lebih baik dibandingkan dengan kopi sachet atau buatan pabrik. Menarik melihat kontestasi kopi dalam ranah domestik menghasilkan kompromi dan peneguhan identitas yang penting dalam jalan panjang mode ekonomi lokal dimana perempuan Using menunjukkan pilihannya.

Rosa (2016) menjelaskan posisi perempuan Using yang vital dalam bangun imej budaya kopi Using Banyuwangi. Pada sisi ini, dipertegas kembali bahwa perempuan Using memegang peran strategis dalam keberlangsungan festival ngopi di Kemiren. Kopi yang menjadi bintang dalam even tersebut terdiri dari beberapa sumber, antara lain kopi yang dibagikan oleh seorang pakar kopi, lainnya merupakan produksi masing-masing rumah tangga sendiri (membuat bubuk kopi sendiri) dan sisanya membeli baik berupa bubuk kopi maupun kopi instant. Pemandangan Festival Ngopi Sepuluh Ewu Cangkir didominasi oleh masyarakat luar desa Kemiren yang tertarik dengan event tersebut. Tahun 2014, beberapa vendor telekomunikasi membuka stand di Kemiren, diikuti oleh produk-produk industrial lainnya termasuk kopi sachet. Secara imajinasi teoritik, gerak perekonomian desa akan meningkat dengan munculnya festival tersebut. Namun meskipun belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya mengenai efek festival, penulis menemukan narasi ibu-ibu yang bertolak belakang dengan gambaran hasil perhitungan ekonomi tersebut. Ibu-ibu mengeluh jerih payah menyiapkan acara yang tidak sepadan dengan hasil ekonominya meskipun pandangan orang luar mengatakan bahwa prestise sosial Kemiren semakin terangkat sehubungan dengan diselenggarakannya festival tersebut. Kedua, ibu-ibu mengeluhkan dana kegiatan yang dibantu oleh pemerintah (dalam hal ini belum jelas bantuan dari pemerintah desa atau pemerintah daerah), yang pada penyelenggaraan festival sebelumnya diindikasikan dialirkan entah kemana dan oleh siapa sehingga bantuan beberapa ons bubuk kopi atau beberapa sachet

kopi tidak sebanding dengan belanjaan mereka khusus untuk event ini saja. Secara kasat mata hitung-hitungan ekonomi mikro yang kurang mendalam, pihak yang diuntungkan dalam festival tersebut antara lain vendor-vendor telekomunikasi dan produk industrial lain. Sementara, sebagian usaha mikro masyarakat Kemiren mengalami keuntungan. Elit pemerintah dan elit desa mendapatkan prestise dan nama baik. Kemudian bagaimana dengan masyarakat Kemiren sendiri?

Wacana tentang keramahan dan kedermawanan Wong Using seringkali dipahami sebagai perisai perhitungan ekonomi yang berkesesuaian dengan kepercayaan adat. Menurut cerita salah satu pemuka adat Using, masyarakat desa Kemiren disebutkan sebagai masyarakat yang patuh pada instruksi maupun kebijakan elitnya. Oleh sebab itu dapat dipahami bahwa wong Using cenderung menjalankan apa yang diminta oleh elit kepada mereka. Kepatuhan tersebut dilihat sebagai jalan berpartisipasi aktif dalam pembangunan daerah. Dalam penggalan cerita seorang nenek di desa Kemiren saat berlangsungnya festival ngopi tahun 2014, kepatuhan tersebut diwujudkan selaras dengan nilai adat yang dipegang, yaitu tentang penghormatan kepada pemimpin. Kepada penulis dan rekan-rekannya, si mbah mengatakan bahwa jika yang datang adalah beliau (merujuk Bupati) maka si mbah akan menyajikan minuman dengan cangkir terbaiknya yang jarang sekali dikeluarkan dari lemarinya.

Ruang Ketiga: Kopi dan Kuasa Perempuan

Bhabha (2004) membangun argumen yang menarik ketika mendiskusikan ruang ketiga sebagai ruang dimana translasi dan negosiasi menemukan bentuknya dalam ruang antara yang membawa beban (tanggungjawab) pemaknaan kultur. Melalui relasi antar ruang, hibriditas dilihat sebagai proses kompleks yang sanggup berbicara dari dua polar yang bahkan saling berhadapan. Inskripsi dan artikulasi hibriditas tidak hanya bertemu pada kesesuaian elemen dari dua kebudayaan yang berbeda namun terkandung pula kontestasi maupun resistensinya.

Eksistensi perempuan dalam budaya kopi ditentukan oleh pertarungan dan perjuangan menghidupi ruang. Bagi pekerja pemetik kopi, tempat kerja yang biasa disebut ruang publik dengan segala macam peraturannya menuntut perbedaan dengan ruang domestik, terutama dalam budaya khas patriarki. Ruang publik dikendalikan oleh kuasa yang menghentikan aktivitas domestik untuk turut serta di dalamnya. Dalam tulisan ini didiskusikan beberapa bagian dimana perempuan memiliki kuasa untuk menciptakan ruang ketiga melalui negosiasi dengan ruang-ruang yang lain. Pertama, perempuan di perkebunan kopi yang terlibat dalam aktivitas memetik kopi di masa panen. Kedua, perempuan adat Using yang menampilkan dirinya dalam Festival Ngopi Sepuluh Ewu Cangkir. Dan yang ketiga adalah perempuan muda dalam jajaran barista di kafe-kafe yang mulai menjamur di Banyuwangi.

Di perkebunan kopi, perempuan membuat batasan dan ruangnya sendiri. Mereka siap dengan segala tuntutan waktu dan hasil kerja yang berikutnya mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Mereka memiliki keleluasaan untuk mengatur bagaimana mereka menjalani pekerjaan. Taktik mereka begitu halus dan negosiasi jenis ini membuat mereka mampu bertahan tahun demi tahun dalam pekerjaan memetik kopi di perkebunan. Pada masa panen kopi, perempuan dalam berbagai usia muncul di tengah kebun baik yang sudah tua atau yang masih muda. Mereka dapat membawa urusan domestik dan menampilkan isu kesetaraan gender dengan baik. (Lihat Gambar 2)

Sebagai contoh, hak dan kewajiban pengasuhan yang semula merupakan ranah domestik ditarik melewati ruang publik dan sanggup menjadikannya sebagai ruang bersama. Hal ini termasuk pula membawa perempuan berusia lanjut dan anak-anak di wilayah pemetikan. Oleh sebab itu tidak mengherankan apabila dalam masa panen terdapat kelompok-kelompok keluarga beranggotakan lengkap sebagai pemandangan ditengah-tengah kebun kopi. Sementara, pihak perkebunan serta mandor



Gambar 2. Masa panen kopi yang dilakukan perempuan tanpa meninggalkan keluarganya. Saat memetik kopi adalah ruang antara yang mendefusi ruang publik dan domestik. (Sumber: dokumentasi Puslit Etnik dan Komunitas Universitas Jember)

yang ditugasi melakukan perekrutan dan pengawasan pekerja sama-sama mengetahui fenomena tersebut. Pada saat panen tiba, mereka tidak mempunyai pilihan selain menerima kondisi pekerja apalagi untuk melakukan penyortiran melalui prasyarat. Mereka menerima semua pekerja beserta keluarganya dan jika diperlukan memberikan layanan mes atau tempat tinggal.

Ruang ketiga perempuan pekerja pemetik kopi mengandung didalamnya dilema atau kontradiksi ketika dihubungkan dengan persoalan pengasuhan. Dengan membawa anggota keluarga yang berusia lanjut dan anak-anak, perempuan dianggap mengabaikan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan anak-anaknya maupun orangtuanya. Kesibukan memetik kopi di satu sisi menghilangkan fungsi pemererat ikatan dan pemberian perhatian kepada anak-anak dan orangtuanya. Hal ini kemudian disiasati dengan memberi kesibukan kepada keduanya dengan ajakan membantu memetik kopi. Dengan demikian anak-anak maupun mereka yang berusia lanjut terlihat ikut memetik kopi. (Lihat Gambar 3) Sementara posisi ini dapat dilihat sebagai kelemahan negosiasi dan menguntungkan perusahaan atau pihak perkebunan yang mendapatkan tenaga kerja tambahan tanpa membayar lebih karena pekerjaan petik kopi dibebankan kepada pekerja produktif begitu pula upahnya dibayarkan kepada mereka berdasarkan hasil timbangan. Negosiasi mungkin tidak sepenuhnya berhasil namun pekerja perempuan ini telah memenuhi



Gambar 3. Penyatuan seluruh generasi, perempuan tua dan anak laki-laki (Sumber: dokumentasi Puslit Etnik dan Komunitas Lembaga Penelitian Universitas Jember)

fungsi edukatifnya yaitu mengajarkan kepada anak-anak mereka pengetahuan dan seni memetik kopi serta etos bekerja keras dalam pengelolaan lingkungan.

Di ruang dan waktu yang berbeda, Festival Ngopi Sepuluh Ribu Cangkir dapat berjalan karena dedikasi perempuan Kemiren. Sebagai subjek kosmopolitan, perempuan Kemiren membawa identitas Using yang selalu ditampilkan dalam konstruk adat dan elit pemerintah. Kedermawanan dan keramahan sebagai tuan rumah festival menyorot perempuan untuk dapat memberikan suguhan dan melayani tamu melalui percakapan-percakapan khas sehari-hari. Secara langsung, perempuan Using khususnya serta masyarakat Using pada umumnya adalah duta adat yang dalam event ini membawa misi pengakuan dan pelestarian kultur Using. (Lihat Gambar 4) Legitimasi kopi Using berawal dari festival dan perempuan mendapati diri mereka sebagai subjek aktif untuk menggerakkan wacana dan mendorongnya seluas mungkin. Pertunjukan yang cukup unik mengingat desa Kemiren sebagai desa adat yang terletak di bawah wilayah perkebunan Kalibendo.

Perempuan Using dalam beberapa bagian cukup paham bahwa mereka harus tampil serta dituntut untuk menampilkan Using seperti yang diinginkan oleh kelompok elit. Sementara di luar hiruk pikuk penyelenggaraan festival, perempuan Using mengerti bahwa keseharian mereka tidak dapat ditampilkan hanya dalam satu warna malam saja dan di luar budayanya tidak diwajibkan untuk mengerti dirinya.



Gambar 4. Partisipasi aktif di malam Festival Ngopi Sepuluh Ewu Cangkir lengkap dengan pakaian adat dan Bokor. (Sumber: dokumentasi Puslit Etnik dan Komunitas Universitas Jember)

Dengan demikian, mereka tampil sebagai perempuan Using yang bernegosiasi melalui praktik adatnya. Perempuan Using menunjukkan bahwa mereka dapat mengikuti ritme permintaan tersebut, menggunakan pakaian adat Using, membuka pintu rumahnya untuk orang luar dan menyuguhkan kopi beserta sandingannya. Festival tersebut sekaligus membuka mata bahwa waktunya bagi perempuan Using untuk muncul dan meyakinkan banyak pihak bahwa festival ngopi tidak dapat berjalan tanpa mereka. Keramahan terus berjalan dan sedikit tamu yang menyadari bahwa perempuan Using masih menyembunyikan beberapa mitos legendarisnya.

Sedangkan perempuan muda yang bekerja di kafe, sedikit dari jumlah mereka yang berdiri di antara barista yang didominasi oleh laki-laki. Perempuan masih dijauhkan dari urusan selera dan racikan kopi. Dalam beberapa pertimbangan, agak sensitif untuk mengatakan bahwa perempuan muda ini kalah dalam pengetahuan dan pengalaman mengolah kopi. Jika dibandingkan dengan profesi perempuan di perkebunan yang bertanggungjawab terhadap uji kualitas kopi melalui *cup taste* ataupun ibu-ibu rumah tangga yang berkuasa menentukan selera kopi keluarganya, perempuan barista menempati posisi yang kurang penting. Namun sesungguhnya perempuan muda ini yang dapat membuka ruang modernisasi masa depan kopi, mereka dapat dimaksudkan sebagai subjek perantara transformasi kapital.



Gambar 5. Perempuan dan penyajian kopi terbaik. (Sumber dokumentasi Puslit Etnik dan Komunitas Penelitian Universitas Jember)

Sedikit perempuan pada waktu yang akan datang adalah barista dengan kemampuan negosiasi yang lebih baik dengan kesempatan yang lebih luas. (Lihat Gambar 5) Jika kesadaran untuk merangkaikan identitas lokal telah tertanam dalam diri perempuan muda maka pengetahuan dan pengalaman yang mereka peroleh turut menentukan gerak budaya kopi Banyuwangi berikutnya dalam arus globalisasi.

KESIMPULAN

Dinamika praktik kultural perempuan dalam menerjemahkan budaya kopi sebagai identitas yang dikontestasikan merupakan gambaran subjek postkolonial dalam menempati dan menghidupi ruang ketiga. Negosiasi perempuan berjalan dalam wilayah domestik-publik untuk melintasi batasan lokal-global dan dilihat sebagai upaya eksotisasi yang mendorong pengenalan dan pengakuan produk kopi Banyuwangi serta kebangkitan festival ngopi di desa wisata adat Using. Posisi perempuan dilihat sebagai pendorong momen revolusi kopi Using yang sarat dengan permasalahan kebijakan dan mode ekonomi kreatif kultural elit dan non-elit. Dalam pandangan ini, salah satu tantangan bagi perempuan adalah menyajikan gagasan dan praktik penemuan kopi mereka sendiri untuk dipertemukan dalam wilayah kultural yang hegemonik.

DAFTAR RUJUKAN

- Anam, Samsul dkk. (2013). *Budaya Kopi Pengembangan Perkampungan Etnik Using dan Potensi Kuliner Berbasis Lokalitas*. Laporan Penelitian. Jember: Lembaga Penelitian Universitas Jember
- Bhabha, Homi K. (2004). *The Location of Culture*. New York: Routledge Classics
- Fairclough, Norman. (2003). *Analysing Discourse Textual Analises for Social Research*. London: Routledge Taylor&Francis Group
- _____. (1996). *Language and Power*. New York: Longman Inc.
- Harper, Douglas. (2012). *Visual Sociology*. London and New York: Routledge
- Permanadeli, Risa. (2015). *Dadi Wong Wadon Representasi Sosial Perempuan Jawa Di Era Modern*. Yogyakarta: Pustaka Ifada bekerjasama dengan Rifka Anissa
- Prasetyo, Hery. (2014). "Absorpsi Kultural: Fetishisasi Komoditas Kopi." Dalam *Dinamika Budaya Indonesia dalam Pusaran Pasar Global*. Editor Novi Anoeграjekti dkk. Yogyakarta: Penerbit Ombak
- Rosa, Dien Vidia. (2016). *Kopi Tiga Dimensi: Praktik Tubuh, Ritual/Festival, Inovasi (Jukstaposisi Ruang Budaya Kopi Using)*. Dalam *Kebudayaan Using Konstruksi, Identitas, dan Pengembangannya*. Editor Novi Anoeграjekti dkk. Yogyakarta: Penerbit Ombak
- Santos, Boaventura de Sousa. (1999). *Towards A Multicultural Conception of Human Rights*. In Mike Featherstone and Scott Lash (ed.), *Spaces of Culture City, Nation, World*. London: SAGE Publications Ltd.
- Savigliano, Marta E. (1995). *Tango and The Political Economy of Passion*. USA: Westview Press