

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor yang sangat penting dalam perekonomian Nasional. Oleh karena itu, pembangunan ekonomi Nasional abad ke-21 masih akan tetap berbasis pada pertanian secara luas. Namun, sejalan dengan tahapan-tahapan perkembangan ekonomi maka kegiatan jasa bisnis dan berbasis pada pertanian juga akan semakin meningkat, yaitu kegiatan agribisnis (termasuk agroindustri) akan menjadi salah satu kegiatan unggulan pembangunan ekonomi Nasional dalam berbagai aspek yang luas (Saragih, 2010 : 21).

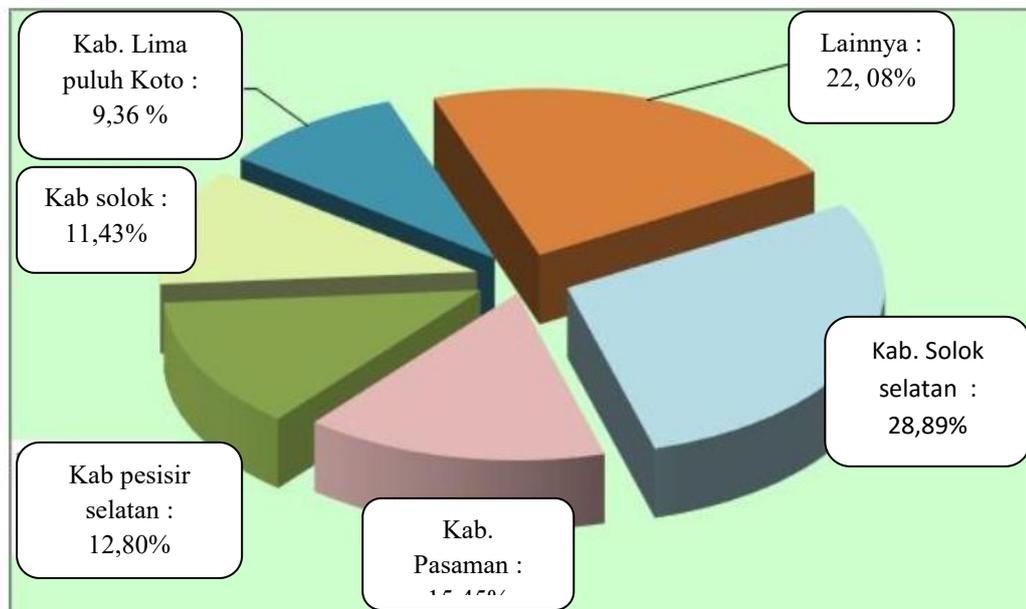
Sektor pertanian di Indonesia sangat dirasakan manfaatnya melalui hasil-hasil pembangunan yang telah dicapai selama ini. Hal ini tidak dapat dipungkiri mengingat Indonesia memiliki modal kekayaan sumberdaya alam yang sangat besar, sehingga memberikan peluang bagi berkembangnya usaha-usaha pertanian yang salah satunya adalah tanaman perkebunan yaitu kopi. Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang banyak di budidayakan oleh petani dan swasta. Hal ini disebabkan bahwa tanaman kopi memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan strategis, baik untuk memberikan peningkatan pendapatan petani bahkan dapat meningkatkan devisa bagi suatu negara (Sairdama, 2013 : 2).

Kopi adalah jenis tanaman perkebunan yang dapat tumbuh dimana saja, terkecuali pada tempat-tempat yang terlalu tinggi dengan temperatur yang sangat dingin atau daerah-daerah tandus yang memang tidak cocok bagi kehidupan tanaman kopi. Walaupun jenis kopi itu banyak sekali jumlahnya, namun dalam garis besarnya ada tiga jenis kopi, yaitu: (1) Kopi Arabika, yang mempunyai ciri berdaun kecil, halus mengkilat, panjang daun 12-15 cm x 6 cm dengan panjang buah 1,5 cm ; (2) Kopi Canephora, dengan cirinya yaitu berdaun besar, dan panjang daun lebih dari 20 cm x 10 cm, bergelombang, dengan panjang buah \pm 1,2 cm ; (3) Kopi Liberika, yang mempunyai ciri berdaun lebat, besar, mengkilat, buah besar sampai 2/3 cm, tetapi biji kecil. Salah satu kopi yang diusahakan petani adalah kopi jenis Arabika. Kopi jenis Arabika hanya ditanam sebagian kecil

petani sehingga harga kopi Arabika di pasar dunia masih tetap tinggi (Sairdama, 2013 : 5).

Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Barat membuat kegiatan atau program perluasan tanaman kopi khususnya kopi Arabika di daerah Sumatera Barat. Adapun daerah yang berpotensi dan berpeluang untuk dikembangkan kopi Arabika di Sumatera Barat, terdapat enam kabupaten, yaitu: Kabupaten Solok, Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Agam, Kabupaten Lima Puluh Kota, Kabupaten Pasaman, dan Kabupaten Pasaman Barat (Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Barat, 2014).

Sentra produksi kopi arabika di Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2014 dapat dilihat pada Gambar 1 dengan data di Lampiran 2. Kabupaten dengan produksi kopi terbesar adalah Kabupaten Solok Selatan sebesar 4.365 ton kopi berasan atau 28,89% dari total produksi kopi arabika di Provinsi Sumatera Barat. Diikuti oleh Kabupaten Pasaman dengan produksi sebesar 2.334 ton (15,45%), Kabupaten Pesisir Selatan sebesar 1.934 ton (12,80%), Kabupaten Solok sebesar 1.727 ton (11,43%), dan Kabupaten Lima Puluh Kota sebesar 1.415 ton (9,36%) (Lampiran 2).



Gambar 1. Kabupaten Sentra Produksi Kopi Arabika Perkebunan Rakyat di Provinsi Sumatera Barat, Tahun 2014

Mengingat pentingnya komoditas Kopi Arabika bagi petani maka diperlukan gambaran yang jelas tentang proses distribusi tanaman kopi yang biasa disebut dengan rantai nilai. Rantai nilai menjelaskan bagaimana distribusi Kopi Arabika dari petani produsen hingga ke konsumen akhir. Dalam proses penyebaran Kopi Arabika ini melibatkan beberapa rantai, dimulai dari hulu, proses dan hilir, sehingga terdapat margin antara petani produksi dengan konsumen akhir. Hal ini disebabkan adanya nilai-nilai yang timbul pada saat proses pendistribusian Kopi Arabika tersebut.

Rantai nilai dalam arti sempit menjelaskan tentang serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan keluaran tertentu yang memiliki nilai. Kegiatan tersebut mencakup tahap pembuatan konsep dan perancangan, proses diperolehnya *input* atau sarana produksi, proses produksi, kegiatan pemasaran dan distribusi, serta kinerja layanan purna jual. Sedangkan rantai nilai dalam arti luas melihat berbagai kegiatan kompleks yang dilakukan oleh berbagai pelaku atau aktor (produsen utama, pengolah, pedagang, penyedia jasa) untuk membawa bahan baku melalui suatu rantai hingga menjadi produk akhir yang siap dijual (Nugraheni, 2014:25).

Masalah yang dihadapi sebelumnya adalah kurangnya produksi untuk tingkat petani, tidak ada keinginan petani untuk mengadakan penanaman baru dan usaha-usaha lain untuk menaikkan produksi karena persentase yang diterima oleh petani relatif rendah dibandingkan dengan bagian yang diterima golongan lain. Persentase harga yang rendah dan pendapatan yang diterima oleh petani mengurangi semangat petani untuk berproduksi (Mubyarto, 1989:208). Untuk itu, diperlukanlah modal sosial agar masyarakat bisa bertahan dan menambah produksinya dan bisa memenuhi permintaan pasar.

Saat ini dimensi modal sosial hampir diabaikan, jauh berada di luar alam pikir pembangunan. Padahal, di berbagai belahan dunia dewasa ini, kesadaran akan pentingnya faktor tersebut cukup tinggi dan sedang menjadi kepedulian bersama. Modal sosial (*Social capital*) diyakini sebagai salah satu komponen utama dalam menggerakkan kebersamaan, mobilitas ide, kesaling percayaan dan kesaling menguntungkan untuk mencapai kemajuan bersama (Hasbullah, 2006:3). Modal sosial dapat didefinisikan sebagai serangkaian nilai dan norma informal

yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok masyarakat yang memungkinkan terjadinya kerjasama di antara mereka (Fukuyama, 1999 *dalam* Ulinuha, 2012:28).

Hal ini bisa ditekankan untuk semua stakeholder yang terlibat dalam aktivitas pengembangan usaha kopi arabika Solok Radjo untuk dapat memperhatikan dan mempertahankan modal sosial untuk penguatan kelompok, agar terciptanya suatu hubungan yang kuat sehingga terbentuknya kerjasama yang bagus antar sesama anggota koperasi. Modal sosial diperlukan pada semua aktivitas utama rantai nilai yang ada pada pengembangan usaha kopi arabika mulai dari budidayanya hingga ke pemasaran produk kopi tersebut dengan tujuan untuk meningkatkan produksi di tingkat petani dan margin atau manfaat yang diperoleh. Produksi bisa ditingkatkan apabila modal sosialnya kuat, dapat dilihat dari tingginya kepercayaan masyarakat terhadap koperasi dan kuatnya jaringan sosial akan menyebabkan masyarakat mau untuk bergabung dan menambah produksi dengan mempeluas lahan, karena pada dasarnya koperasi solok radjo belum mempunyai kebun inti dan hanya mengandalkan kebun rakyat.

B. Rumusan Masalah

Kopi arabika merupakan kopi yang banyak diminati dikalangan masyarakat, apalagi di kalangan remaja saat ini, salah satunya adalah Kopi Arabika di Kabupaten Solok. Kabupaten Solok merupakan daerah dataran tinggi yang cocok untuk ditanami dengan komoditas kopi. Awalnya kopi arabika sudah lama di budidayakan oleh petani, tetapi petani hampir putus asa dengan hasil usahanya, karena pasar hanya mnghargai hasil kopi mereka dengan harga yang sangat murah.

Kopi arabika yang berasal dari Kabupaten Solok rasanya sangat khas, ada yang rasanya seperti rasa melon, lemon, rempah-rempah, asam dan lainnya. Hal itu disebabkan oleh lingkungan atau tanaman yang tumbuh di sekitar kopi tersebut. Dengan begitu dibentuklah koperasi yang di beri nama Solok Radjo, agar kopi arabika tetap di budidayakan, karena dengan keunikan rasa tersebut akan dapat meningkatkan persaingan dan juga bisa membantu para petani kopi yang sudah tidak berdaya lagi.

Koperasi Solok Radjo mulai di bentuk pada tahun 2012 yang berasal dari keprihatinan kepada petani kopi yang kesulitan menjual hasil panen mereka. Koperasi Solok Radjo terdiri dari perkumpulan petani kopi dan bermitra dengan penyuluh, pedagang dan pengamat yang mempunyai satu tujuan yaitu pengembangan Kopi Arabika dengan orientasi pertanian berkelanjutan. Pusat produksinya adalah di dataran tinggi Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok , Provinsi Sumatera Barat (1200-1700 mdpl) tepatnya di kaki Gunung Talang, Danau Diatas dan Danau Dibawah. Dalam proses produksi kopi ini terdapat tiga zona yang di usahakan Kopi Arabika, zona 1 berada di dekat pemukiman, zona 2 berada agak jauh dari pemukiman, dan zona 3 berada di hutan lindung di tepi Danau Diatas.

Koperasi yang dibentuk bergerak di bidang pengelolaan hasil dan pemasaran Kopi Arabika. Di koperasi tersebut terdapat 3 kegiatan utama yang dilakukan yaitu budidaya, pengolahan hasil dan pemasaran. Petani yang bergerak dibidang budidaya hanya melakukan kegiatan budidaya dari penanaman sampai panen. Mereka yang bergabung dengan koperasi harus menjual hasil panen mereka kepada koperasi, karena semua sarana produksi disediakan oleh koperasi, seperti bibit, pupuk, obat dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan supaya hasil kopi yang didapatkan sesuai dengan standar yang diinginkan oleh koperasi. Petani yang bergerak di bidang pengolahan yang disebut dengan UPH (Unit Pengolahan Hasil) yang terdiri dari UPH 1, UPH 2, dan UPH 3 (pembantu). Dan yang bergerak di bidang pemasaran adalah pengurus koperasi tersebut yang berada di pusat koperasi.

Pada proses pengolahan terdapat beberapa kegiatan, petani yang telah panen, menjual hasil panennya dalam bentuk *Cherry*(kopi yang baru dipanen dan masih memiliki kulit yang tebal atau masih dalam bentuk buah) ke UPH 2, setelah itu UPH 2 melakukan pengolahan pemisahan kulit tebal menjadi biji kopi yang masih mempunyai kulit tanduk. Kemudian pengolahan dilakukan di UPH 1 yang bertempat di pusat koperasi. Disana dilakukan penjemuran untuk mengurangi kadar air yang masih banyak pada pengolahan I. Setelah itu untuk melakukan proses lanjutan yang merubah biji kopi ke dalam *greenbeen* dilakukan di UPH 3 (Pembantu), disini pusat pengolahan yang terakhir sampai kopi bisa di pasarkan.

Salah satu upaya yang dilakukan dalam rangka untuk meningkatkan daya saing produk pertanian di Indonesia, khususnya komoditi kopi di pasar domestik maupun pasar global adalah melalui Sertifikasi Indikasi Geografis. Sertifikasi Indikasi Geografis pada koperasi ini, khususnya petani yang menjual kopi kepada koperasi. Dengan ini koperasi memberikan harga yang lebih mahal di bandingkan dengan pedagang lainnya. Harga yang di berikan adalah tetap kepada petani kopi, mulai dari harga Rp. 6000-7000 tergantung dari kualitas *cherry* yang di jual, semakin bagus kualitas *cherry* yang di jual dan sesuai dengan standar *cherry* yang baik itu juga akan semakin tinggi harga yang di terima petani.

Berdasarkan informasi dari ketua koperasi Solok Radjo, petani yang bergabung ke dalam anggota koperasi harus mematuhi peraturan yang ada, bahwasanya petani tersebut harus mempunyai lahan, mendapatkan bibit dari koperasi dan menjual hasilnya ke koperasi, maka harga yang diterima petani akan tetap sesuai dengan harga yang ditetapkan meskipun harga di pasar turun dan sesuai dengan kualitas *cheery*. Dengan begitu, petani akan merasa di hargai, karena naik atau turunnya harga kopi di pasar itu tidak mengurangi harga yang di terima oleh ptani produsen. Akhirnya petani percaya kepada koperasi untuk memberikan hasil panennya, karena koperasi telah menjamin pendapatan petani tesebut. Begitulah strategi yang digunakan oleh Koperasi Solok Radjo kepada anggotanya, karena disini mereka lebih mementingkan kesejahteraan petani dibandingkan hanya mencari keuntungan yang besar.

Dengan begitu masyarakat akan selalu mempercayakan menjual hasil produksinya kepada koperasi, karena disini koperasi memberikan harga yang sama kepada petani baik itu harga nya turun maupun tetap. Secara tidak langsung petani yang menjual hasil produsinya ke koperasi tidak akan di rugikan melainkan diuntungkan. Dengan menjaga kepercayaan petani tersebut terbangulah suatu modal sosial yang kuat antara petani dengan koperasi, sehingga petani yang awalnya tidak mau berusaha tani kopi, bisa bersemangat lagi dan bergabung ke koperasi untuk menambah lahan untuk budidaya sehingga dapat meningkatkan produksi dan memenuhi permintaan pasar.

Selain itu, dalam proses pendistribusian kopi dari petani hingga ke konsumen akhir, ada beberapa rantai yang akan di lewati, mulai dari petani sebagai sentra produksinya, UPH sebagai pusat pengolahan, dan koperasi sebagai pusat pemasarannya. Antara rantai tersebut tidak ada yang terputus, petani memasok bahan baku yang dibutuhkan ke koperasi (UPH) dan UPH mengolahnya lalu koperasi yang memasarkannya. Sejauh ini, semua proses tersebut berkaitan antara satu dengan yang lain. Tidak ada yang melakukan kesalahan saat produksi. Begitulah kerjasama yang dilakukan oleh koperasi dengan unit-unit yang berada di bawahnya.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan rumusan pertanyaan penelitian :

1. Bagaimana Rantai Nilai Kopi Arabika Solok Radjo di Nagari Aie Dingin Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok
2. Bagaimana Modal Sosial Yang Ada Pada Setiap Aktivitas Utama Rantai Nilai Kopi Solok Radjo di Nagari Aie Dingin Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok

Berdasarkan rumusan pertanyaan penelitian tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti usahatani kopi tersebut dengan judul penelitian **“Analisis Modal Sosial (*Social Capital*) di Setiap Aktivitas Utama Rantai Nilai pada Pengembangan Usaha Kopi Arabika (*Arabica Coffea*) di Koperasi Solok Radjo, Nagari Aie Dingin Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok”**.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan Rantai Nilai (*Value Chain*) Kopi Solok Radjo di Nagari Aie Dingin Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok.
2. Menganalisis Modal Sosial di Setiap Aktivitas Utama Rantai Nilai (*Value Chain*) Kopi Arabika Solok Radjo di Nagari Aie Dingin Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan baik secara praktis maupun teoritis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

Secara praktis, dapat memberikan masukan bagaimana mengembangkan usahatani kopi. Bagi Instansi terkait, dapat menjadi tambahan masukan dalam melengkapi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pembangunan sektor pertanian tanaman perkebunan dalam memecahkan masalah dan memberikan saran yang bermanfaat bagi instansi, serta memberikan informasi dan gambaran kepada masyarakat maupun peneliti lain sebagai penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan memperkaya penelitian, khususnya tentang Analisis modal sosial pada Rantai Nilai kopi, serta dapat dipergunakan sebagai pembanding untuk penelitian selanjutnya, baik dalam model, cara analisis maupun hasilnya.

