PILIHAN RASIONAL PETANI DALAM PEMASARAN HASIL PANEN KOPI

(Studi Pada Petani Kopi Desa Pledokan Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang)

Skripsi

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Sosiologi

Oleh:

Nuzulia Rohmah

1806026068

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2025

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada
Yth. Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UIN Walisongo Semarang
di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi dari saudara/i:

Nama : Nuzulia Rohmah
NIM : 1806026068
Jurusan : Sosiologi
Judul Skripsi : Pilihan rasional petani kopi dalam pemasaran hasil panen kopi (studi pada petani kopi desa pledokan kecamatan sumowono kabupaten semarang).

Dengan ini telah kami setujui dan mohon agar segera diajukan untuk diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 16 Juni 2025

Pembimbing

Bidang Substansi Materi	Bidang Metodologi dan Penulisan
	
Kaisar Atmaja, M. A	Ririh Megah Safitri, M. A
NIP:198207132016011901	NIP: 199209072019032018

LEMBAR PENGESAHAN

PILIHAN RASIONAL PETANI DALAM PEMASARAN HASIL PANEN KOPI
(Studi Pada Petani Kopi Desa Pledokan Kecamatan Sumowono
Kabupaten Semarang)

Disusun Oleh:

Nuzulia Rohmah

NIM. 1806026068

Telah dipertahankan di depan majelis penguji proposal skripsi pada tanggal 30 Juni 2025
dan dinyatakan LULUS

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang	Penguji I
Kaisar Atmaja, M. A **NIP: 198207132016011901**	**Nur Hasyim, M. A** **NIP 197303232016012901**

Penguji II

Siti Azizah, M.Si
NIP. 199206232019032016

Pembimbing I	Pembimbing II
Kaisar Atmaja, M. A **NIP: 198207132016011901**	**Ririh Megah Safitri, M.A** **NIP: 199209072019032018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya Nuzulia Rohmah bahwa skripsi saya yang berjudul "Pilihan Rasional Petani Kopi Dalam Pemasaran Hasil Panen Kopi (Studi Pada Petani Kopi Desa Pledokan Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang)" merupakan hasil karya penulisan sendiri dan di dalamnya tidak ada karya pihak lain yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi atau di lembaga Pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari penerbit maupun belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 16 Juni 2025



Nuzulia Rohmah

NIM. 1806026068

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pilihan Rasional Petani Kopi Dalam Pemasaran Hasil Panen Kopi (Studi Pada Petani Kopi Desa Pledokan Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang)". Shalawat serta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada junjungan nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya menjadi umat yang berakhlakul karimah, berpengetahuan dan berintelektual.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menempuh gelar Sarjana Sosial S1 (S.Sos) pada Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang. Pada penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tulisan ini jauh dari istilah sempurna, dan mudah-mudahan skripsi ini sanggup menaruh manfaat pada siapapun yang bersedia membacanya.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa syukur atas rahmat dan karunia dari Allah SWT dan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun material baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Untuk itu penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. Nizar, M.Ag. selaku penanggung jawab penuh terhadap berlangsungnya proses belajar mengajar di lingkungan UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang merestui pembahasan skripsi ini.
3. Naili Ni'matul Illiyun, M.A. dan Akhriyadi Sofian, M.A. selaku Ketua dan Sekertaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah memberi berbagai pengarahan dan nasehat khususnya dalam hal pelaksanaan perkuliahan.
4. Kaisar Atmaja, M.A. selaku Wali dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan bimbingan, nasehat dan semangat selama menjalani proses perkuliahan.

5. Kaisar Atmaja, M.A. selaku dosen pembimbing 1 dan Ririh Megah Safitri, M. A. selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dalam memberikan bimbingan, semangat, nasehat dan memberikan masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, yang telah membekali berbagai pengetahuan dan pengalamannya sehingga mendapatkan ilmu yang bermanfaat dan berguna.
7. Seluruh civitas akademik, Staf Administrasi dan Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UIN Walisongo Semarang.
8. Seluruh informan yang memberikan informasi kepada penulis untuk melakukan penelitian dan membantu dalam memberikan data dan informasi terkait dengan penelitian ini.
9. Teristimewa kepada kedua orangtua penulis Bpk. Abdul Afif dan Ibu Siti Nur Afitah, terima kasih telah menjadi orang tua terbaik yang selalu mendukung, mengalirkan do'a, memberikan semangat baik spiritual, moril, dan materil. Tanpa do'a dan dukungan dari kalian penulis tidak akan bisa merasakan bangku perkulian ini. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Amin
10. Untuk nenek tercinta penulis Mbah Sumitun yang telah memberikan semangat dan dukungan yang tiada henti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dan mendapatkan gelar sarjana.
11. Untuk Sahabat Seperjuangan penulis Adina Zuhria Ramdhani yang telah memberikan semangat dan kepercayaan sehingga penulis dapat menyelesaikan Pendidikan dengan gelar sarjana sosial.
12. Sahabat terbaik Alya Anjani, Muharom selaku sahabat yang menemani penulis dalam menulis skripsi dan memberikan dukungan berupa membantu penulis untuk tidak berpikir buruk.
13. Sahabat penulis Nabila Marchera dan Erin Noer Z selaku teman untuk berbagi keluh kesah perkuliahan dan sosok yang membantu penulis untuk segera menyelesaikan perkuliahan.
14. Untuk teman penulis Kurrotun 'Ayuni dan Nur Utami selaku partner untuk menulis skripsi bersama dan sebagai pendengar di kala penulis sedang jenuh.

15. Untuk Muhammad Fajri Wimbawanto dan teman-teman seperjuangan penulis kelas Sosiologi B 2018 serta teman satu angkatan yang telah menemani penulis selama proses perkuliahan di UIN Walisongo Semarang.
16. Pihak-pihak lainnya yang terkait dalam membantu dan memberikan dorongan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung dan tidak langsung, karena keterbatasan peneliti tidak dapat menyebutkan satu per satu.

Demikian ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang berjasa dan membantu penulis dalam penelitian, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.

Semarang, 16 Juni 2025



Nuzulia Rohmah

NIM. 1806026068

PERSEMBAHAN

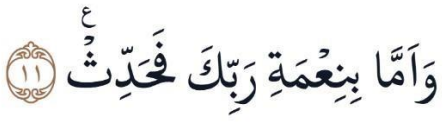


Karya tulis ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta dan tersayang Bapak Abdul Afif dan Ibu Siti Nur Afitah serta nenek tersayang Sumitun yang selalu memberikan do'a dan dukungan baik dalam bentuk materi maupun non materi. Terima kasih atas segala dukungan, baik dalam bentuk materi maupun moril. Hasil karya ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud rasa terima kasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian, sehingga saya dapat menyelesaikan studi saya.

Almamaterku tercinta Prorgram Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang. Semoga semakin banyak mencetak lulusan-lulusan yang berkualitas dan berakhlak mulia.

MOTTO

Ad-Dhuha ayat 11:



Artinya : Terhadap nikmat Tuhanmu, nyatakanlah (dengan bersyukur).

"Saya tidak pernah menyalahkan orang lain atau lingkungan, yang bisa kita lakukan adalah menerima ketidaksempurnaan hidup dan menerimanya sebagai bagian dari hidup. Meskipun sulit menerima diri sendiri tetaplah hidup dengan bersyukur"

"I don't blame it on anyone or the environment ."

-Refleksi Penulis 2023-

Abstrak

Petani kopi adalah petani yang mengelola dan menanam tanaman kopi. pada petani kopi Desa Pledokan bentuk kerjasama yang di lakukan adalah dengan membentuk Kelompok Tani Suka Makmur dan Suka Maju sebagai upaya mengelola dan memasarkan hasil panen kopi. Petani Kopi Desa Pledokan memiliki pilihan untuk mengelola hasil panen kopi. Adapun tujuan penelitian ini mengatahui upaya petani kopi dalam mengolah hasil panen kopi dan memahami strategi petani kopi dalam memasarkan hasil produksi kopi.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode penelitian kualitiatif dan pendekatan deskriptif. Melalui pendekatan deskriptif penulis dapat menemukan realita dari permasalahan yang terjadi di lapangan secara faktual dengan melalui wawancara mendalam *(in depth interview)*, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Setelah data dikumpulkan dianalisis menggunakan Teori Pilihan Rasional James S. Coleman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani kopi Desa Pledokan dalam memanen hasil kopi melakukan berbagi upaya seperti penanaman kopi, pra panen yang terdiri dari perawatan dan kopi *oce* serta panen raya yang menghasilkan berbagai upaya olahan yakni petik merah dan biji kopi, proses *raostinng* dan *sangrai*, bubuk kopi. Strategi petani kopi Desa Pledokan pada pemasaran kopi berupa menjual pada tengkulak, membentuk kelompok tani dan penitipan produk kopi pada koperasi dan pasar.

Kata Kunci : Rasional, Pilihan, Panen, Kopi, Petani Kopi, Pemasaran

Abstract

Coffee farmers are a type of farmer who manages and plants coffee plants in Pledokan Village coffee farmers, the form of cooperation carried out is by forming the Suka Makmur and Suka Maju Farmers Groups as an effort to manage and market coffee harvests. Pledokan Village Coffee Farmers have the option to manage their coffee harvests. The purpose of this study is to determine the efforts of coffee farmers in processing coffee harvests and to understand the strategies of coffee farmers in marketing coffee production.

This research is a field research with qualitative research methods and descriptive approaches. Through a descriptive approach, the author can find the reality of the problems that occur in the field factually through in-depth interviews, observations and documentation. Data analysis techniques are carried out with the stages of data collection, data reduction, data presentation, drawing conclusions. After the data is collected, it will be analyzed using James S. Coleman's Rational Choice Theory.

The results of the study showed that coffee farmers in Pledokan Village in harvesting coffee produce various efforts such as coffee planting, pre-harvest consisting of care and coffee oce and the main harvest that produces various processing efforts namely red picking and coffee beans, roasting and roasting processes, coffee powder. The strategy of coffee farmers in Pledokan Village in marketing coffee is to sell to middlemen, form farmer groups and deposit coffee products in cooperatives and markets.

Keyword : Rational, Choices, Harvest, Coffee, Coffee Farmers, Marketing

Daftar Isi

PERNYATAAN i
KATA PENGANTAR ii
PERSEMBAHAN v
MOTTO vi
Abstrak vii
Abstract viii
Daftar Isi ix
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. LATAR BELAKANG 1
B. RUMUSAN MASALAH 5
C. TUJUAN 5
D. MANFAAT 6
E. KAJIAN PUSTAKA 6
F. KERANGKA TEORI 8
G. METODE PENELITIAN 12
H. SISTEMATIKA PENULISAN 17
BAB II 19
PILIHAN RASIONAL PETANI PADA PEMASARAN 19
HASIL PANEN KOPI DALAM PERSPEKTIF TEORI JAMES S. COLEMAN 19
A. Definisi Konseptual 19
1. Petani Kopi 19
2. Pemasaran 23
B. Teori Pilihan Rasional James S. Coleman 25
1. Konsep Teori 26

2. Asumsi Dasar Teori 27
3. Konsep Kunci Pilihan Rasional James S. Coleman 27
C. Pemasaran Kopi Dalam Perspektif Islam 28
BAB III 31
PROFIL PETANI KOPI DI DESA PLEDOKAN 31
KECAMATAN SUMOWONO KABUPATEN SEMARANG 31
A. Gambaran Umum Desa Pledokan 31
1. Kondisi Geografis 31
2. Kondisi Demografis 33
B. Profil Desa Pledokan 38
1. Sejarah Singkat Desa Pledokan 38
2. Visi & Misi Pemerintah Desa Pledokan 38
3. Struktur Organisasi Desa Pledokan 39
C. Profil Petani Kopi Desa Pledokan 39
a. Poktan Suka Maju 40
b. Poktan Suka Makmur 41
BAB IV 43
UPAYA PETANI KOPI DESA PLEDOKAN 43
DALAM MENGOLAH HASIL PANEN KOPI 43
A. Proses Tanam Kopi 43
1. Penanaman Kopi 43
2. Pra Panen 47
B. Panen Raya 51
1. Petik merah 51
2. Kopi Oce 52
3. Kupas Kulit Kopi 55
4. Roasting dan Sangrai 57

5. Penggilingan Bubuk kopi 58
BAB V 61
STRATEGI PETANI KOPI DESA PLEDOKAN DALAM 61
MEMASARKAN HASIL PANEN KOPI 61
A. Branding Produk Kopi Pledokan 61
1. Kopi Pledokan 61
2. Gumuk Dali 63
B. Jaringan Pemasaran Offline 68
1. Tengkulak 68
2. Kelompok Tani (Poktan) 70
3. Penitipan pada Koperasi dan Pasar 76
BAB VI 78
PENUTUP 78
A. Simpulan 78
B. Saran 78
DAFTAR PUSTAKA 80

BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Masyarakat telah mengolah potensi sumber daya sejak ribuan tahun lalu. Sumber daya tersedia sebagai sesuatu yang dapat diolah dan dimanfaatkan. Tersedianya sumber daya memberikan masyarakat berbagai pilihan dalam pengelolaan. Salah satu bentuk pemanfaatan sumber daya adalah bertani, dan profesi petani sangat erat kaitannya dengan pengelolaan sumber daya, terutama yang berkaitan dengan alam. Masyarakat desa umumnya berprofesi sebagai petani, baik di sawah, ladang, maupun lahan perkebunan. Secara sederhana, masyarakat petani memiliki kesederhanaan dalam keteraturan sosial, yang terlihat dari rasionalitas mereka dalam mempertahankan profesinya di tengah gempuran globalisasi yang membuat beberapa jenis profesi hilang. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia termasuk masyarakat agraris, di mana sektor pertanian—termasuk pertanian, peternakan, dan perkebunan—memegang peranan dominan dalam penghidupan masyarakatnya. Meskipun banyak bidang pekerjaan baru muncul di Indonesia, eksistensi petani tetap bertahan (Handono,2020).

Profesi sebagai petani merupakan sebuah pilihan yang dipengaruhi oleh lingkungan tempat tinggal sejak masa kecil. Hal ini karena tindakan dalam memilih sering kali merupakan cerminan realita di masyarakat. Masyarakat sederhana biasanya selalu mengikuti aturan yang berlaku di lingkungan mereka. Jauh sebelum mengenal istilah “pilihan”, motivasi menjadi petani sangatlah sederhana, yaitu untuk memenuhi kebutuhan pangan keluarga dan memperoleh keuntungan dari hasil pertanian demi bertahan hidup. Namun, perkembangan zaman menuntut para petani agar lebih selektif dalam mengambil keputusan, karena inovasi dalam profesi ini terus berkembang, mulai dari kecanggihan teknologi hingga proses pemasaran yang lebih mutakhir dengan bekerja sama bersama lembaga tertentu (Idris, 2021).

Pilihan dalam bertindak pada dasarnya merupakan bentuk regulasi sosial. Eksistensi suatu tindakan ditentukan oleh rasionalitas masyarakat. Bentuk rasionalitas tersebut tercermin dalam norma dan nilai yang menyatukan kelompok masyarakat. Awal mula tindakan manusia berlandaskan pada norma dan nilai karena hubungan antar individu (mikro) dapat memengaruhi pola pikir satu sama lain. Di masyarakat desa, kesadaran kolektif sangat kuat, sehingga dalam hubungan individu dengan organisasi

sosial (makro), masyarakat cenderung berperilaku secara kolektif. Singkatnya, sejak kecil, pada umumnya manusia memahami berbagai hal dalam tindakannya karena adanya pengaruh lingkungan sosial (Fauziyah, 2023).

Pemanfaatan lingkungan sebagai tempat interaksi sejatinya juga memengaruhi pemanfaatan sumber daya yang ada. Peran interaksi dalam hal ini berdampak pada persepsi masyarakat secara mikro, yaitu dalam hubungan antar individu, karena masyarakat sederhana cenderung mudah memberikan kepercayaan kepada aktor atau pelaku perubahan yang dekat dengan mereka. Kedekatan tersebut menjadi senjata utama agar masyarakat dapat mengalami perubahan. Hal ini kemudian membuka peluang bagi beberapa daerah yang memiliki potensi sumber daya tinggi untuk berkembang (Husain, 2019)

Dataran tinggi memiliki beragam sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan manusia secara rasional. Manusia terlibat dalam proses rasionalisasi dengan mempertimbangkan dan mengevaluasi sumber daya yang tersedia sebagai sarana potensial untuk memenuhi kebutuhannya. Sumber daya alam berperan penting sebagai sarana pemenuhan kebutuhan tersebut. Iklim dataran tinggi memberikan kondisi yang menguntungkan bagi budidaya kopi dan sayuran pokok. Indonesia memiliki sumber daya kopi yang melimpah, yang membuka peluang munculnya berbagai alternatif pengolahan kopi berbasis masyarakat. Ekstensifikasi tanaman kopi di Indonesia meliputi wilayah Jawa, Sumatra, dan Sulawesi, yang didasarkan pada kesesuaian iklim dan cuaca untuk budidaya kopi. Meskipun kopi bukan tanaman asli Indonesia, sejarah budidaya kopi di Indonesia dimulai ketika Belanda membawa tanaman kopi ke Batavia. Upaya awal ini gagal akibat ekosistem yang kurang cocok dan banjir. Namun, setelah kegagalan tersebut, Belanda kembali mengimpor bibit kopi dari Sri Lanka yang berhasil tumbuh subur di Indonesia (Hasbullah, 2021).

Jawa Tengah juga merupakan salah satu daerah penghasil kopi yang cukup banyak. Berdasarkan pengamatan peneliti, salah satu sentra penghasil kopi di kawasan Gunung Ungaran, Kabupaten Semarang, adalah Desa Pledokan, Kecamatan Sumowono. Warga setempat menyatakan bahwa profesi petani kopi merupakan pekerjaan yang umum ditemukan di Kecamatan Sumowono. Jenis kopi yang banyak dibudidayakan adalah kopi Arabika dan Robusta, yang ditanam di lahan milik pribadi. Petani kopi di Desa Pledokan terlibat dalam seluruh proses penanaman dan pengolahan

kopi tanpa melibatkan tenaga buruh tambahan. Proses pengolahan kopi mencakup tahap basah, seperti pengambilan buah kopi, pengelupasan kulit buah, dan penjemuran buah kopi, serta tahap kering, yaitu penjemuran biji kopi hingga siap untuk digiling. Proses penggilingan kopi di desa tersebut masih dilakukan secara tradisional, yaitu dengan menumbuk menggunakan lumbung besar.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti, Desa Pledokan memiliki sebanyak 254 petani dengan luas lahan kopi mencapai 152 hektar. Luas lahan tersebut mencakup tanaman kopi yang siap panen, penanaman awal atau bibit kopi, serta tanaman kopi yang masih hijau. Kopi merupakan komoditas utama Desa Pledokan. Menurut warga Dusun Ngaglik, Desa Pledokan, daerah ini menjadi penghasil kopi petik merah terbaik nomor satu di Kecamatan Sumowono, serta penghasil bubuk kopi terbaik nomor dua se-kecamatan. Potensi tersebut mendorong produksi rumah tangga kopi di Desa Pledokan mencapai 90 ton. Pemerintah desa, bekerja sama dengan pihak luar, tengah merencanakan pengadaan mesin *roasting* kopi dengan biaya lebih dari enam miliar rupiah. Namun, pembelian mesin tersebut menjadi tantangan karena dana desa belum mencukupi. Meskipun demikian, kualitas kopi dari Desa Pledokan sebenarnya mampu bersaing dengan kopi dari Kabupaten Temanggung yang sudah lebih terkenal dalam produksi kopi berkualitas tinggi (Hasil wawancara bersama Kepala Desa Pledokan, 2023).

Salah satu warga menuturkan bahwa masyarakat Desa Pledokan menjadikan kopi sebagai minuman konsumsi sehari-hari, baik setelah sarapan, saat bekerja di ladang, maupun di malam hari. Meskipun demikian, tidak semua warga menjajakan kopi sebagai dagangan. Petani kopi terbagi menjadi dua kelompok, yaitu masyarakat yang menanam kopi untuk konsumsi pribadi dan masyarakat yang menjual kopi sebagai penghasilan ekonomi. Kopi hasil panen biasanya dijual kepada tengkulak, kondisi yang telah berlangsung dalam kurun waktu yang lama. Kebiasaan menjual hasil olahan kopi kepada tengkulak disebabkan oleh ketidaktahuan masyarakat akan potensi kopi di desa mereka. Menjajakan kopi kepada tengkulak dianggap sebagai pilihan yang paling mudah dan tidak memerlukan banyak waktu. Selain keterbatasan pengetahuan mengenai pentingnya pemasaran dan strategi penjualan, alasan lain adalah preferensi untuk mengonsumsi kopi yang ditanam secara pribadi (Hasil Wawancara bersama Bapak Untung, 2023).

Konsumsi kopi di dunia setiap tahun mengalami peningkatan. Hal ini tentu berimbas pada strategi pengembangan pemasaran petani kopi yang masih sederhana. Penetapan harga sebagian besar ditentukan oleh perdagangan nasional. Selain itu, perubahan standar penetapan harga kini juga banyak dipengaruhi oleh usaha-usaha kecil yang bergerak di bidang jual-beli kopi, baik yang dijalankan perorangan maupun kelompok. Inovasi dalam usaha tersebut dapat mempengaruhi pendapatan petani. Apabila petani kopi tetap mempertahankan profesinya tanpa memanfaatkan sumber daya untuk bekerja sama dalam meningkatkan inovasi, mereka berisiko tertinggal oleh perkembangan zaman. Di sisi lain, meningkatnya permintaan kopi global telah mendorong lonjakan konsumsi dan produksi, yang menyebabkan persaingan antarnegara untuk mempromosikan produk kopi mereka di pasar internasional (Rosiana, 2023).

Pada masa kini, hubungan sosial kontemporer erat kaitannya dengan tenaga produksi dan penciptaan sumber-sumber ekonomi demi kelangsungan hidup masyarakat. Kreativitas dalam memanfaatkan sumber daya diciptakan berdasarkan realitas yang ada dalam suatu masyarakat. Rasionalisasi masyarakat terhadap potensi yang tersedia membuka peluang bagi para aktor untuk memaksimalkan sumber daya tersebut. Globalisasi sebagai penyebab utama perdagangan bebas mengharuskan masyarakat untuk memiliki inovasi agar dapat bertahan di tengah persaingan pasar bebas (Arvianti, 2019). Arus perdagangan juga memunculkan berbagai ide baru. Sejak tahun 2014, para petani Desa Pledokan membentuk dua kelompok tani, yaitu Suka Maju I untuk kelompok tani petani dan Suka Makmur I untuk kelompok tani wanita. Inisiatif ini lahir dari kesadaran bersama para petani untuk membentuk wadah dalam pembudidayaan kopi, pengolahan, serta manajemen pemasaran kopi. Berawal dari pemahaman bahwa konsumsi kopi untuk kebutuhan pribadi sering menyisakan kopi yang cukup untuk dijual, para petani kemudian berinisiatif mendirikan kelompok tani. Asumsi warga Desa Pledokan dalam membentuk kelompok tani adalah agar penjualan kopi dapat lebih maksimal melalui wadah yang memfasilitasi pemasaran hasil kopi jadi. Sejak tahun 1998, pencanangan usaha kecil dan menengah terus digiatkan guna membangun perekonomian nasional (Munadi, 2017).

Secara lebih rinci, salah satu pemilik kebun kopi di Desa Pledokan menjelaskan bahwa menjual kopi kepada tengkulak sebenarnya sangat merugikan petani setempat karena harga yang ditetapkan tidak sebanding dengan jerih payah dan usaha dalam

menanam kopi. Dibutuhkan waktu sekitar 6 hingga 11 bulan untuk memanen kopi hingga mendapatkan biji kopi terbaik yang siap diolah dan dipanggang (roasting) guna menghasilkan bubuk kopi yang sempurna. Waktu dan tenaga yang dikeluarkan tentu tidak sedikit, ditambah biaya pupuk, perawatan tanaman, serta proses pemanenan yang memerlukan ketelitian dan waktu yang cukup lama. Potensi yang dimiliki, menurut pemilik kebun tersebut, sangat besar dan mampu bersaing dengan pasar kopi di Temanggung. Namun, hal ini kurang mendapat apresiasi dari pemerintah desa setempat, sehingga para petani kopi di Desa Pledokan cenderung pasrah terhadap keadaan tersebut.

Penelitian ini berangkat dari ketertarikan peneliti terhadap proses rasionalisasi petani kopi dalam memilih antara menjual produk hasil pengolahan kopi sebagai konsumsi pribadi atau menyisihkan sebagian hasil kopinya untuk dijual kepada tengkulak. Kualitas kopi yang cukup baik dengan hasil produksi yang melimpah menurut seorang warga membuat olahan kopi dari Desa Pledokan mampu bersaing di pasaran. Penelitian di Desa Pledokan ini dianggap penting karena beberapa alasan. Pertama, jumlah panen kopi yang cukup untuk konsumsi pribadi sekaligus memiliki kualitas biji kopi yang baik sehingga dapat bersaing di pasaran. Kedua, adanya inovasi berupa pembentukan kelompok tani yang didukung dengan inisiatif pemerintah desa untuk membeli mesin *roasting* bagi kelompok tani tersebut. Ketiga, rasionalisasi petani kopi dalam pengambilan keputusan terkait penjualan kopi. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis memilih judul penelitian **"Pilihan Rasional Petani Kopi: Studi pada Petani Kopi Desa Pledokan, Kecamatan Sumowono, Kabupaten Semarang"**.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana upaya petani kopi desa Pledokan dalam mengolah hasil panen kopi?
2. Bagaimana strategi petani kopi desa Pledokan dalam memasarkan hasil produksi kopi?

C. TUJUAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah kami lampirkan pada rumusan masalah, maka dijabarkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui upaya petani kopi Desa Pledokan dalam mengolah hasil panen kopi.
2. Untuk mengetahui dan memahami pilihan rasional petani kopi dalam memasarkan hasil produksi kopi.

D. MANFAAT

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat secara teoritis maupun praktis, yakni sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
   a. Menjadi sumber referensi penulisan skripsi mengenai petani kopi terhadap pilihan rasional
   b. Memberikan konstribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang prodi Sosiologi.
2. Manfaat Praktis
   a. Penelitian skripsi ini secara praktis dapat digunakan sebagai pedoman dan wawasan penulisan mengenai cara mengkonstruksi rasionalitas petani kopi dalam memilih sebuah pilihan.
   b. Sebagai sumber kajian mengenai penelitian skripsi pada tema yang sama pada peneliti selanjutnya lebih detail dan mendalam

E. KAJIAN PUSTAKA

1. Pilihan Rasional

Beberapa penelitian terdahulu mengenai pilihan rasional telah dilakukan oleh Rejeki (2019), Ahmad (2019), Lujinggan dan Haryanto (2020), Anas dan Rosyid (2021), Prayogo dan Lesmana (2022), serta Utami dkk. (2022). Secara lebih rinci, Rejeki (2019) menjelaskan bahwa petani miskin memilih menjual kayu bakar sebagai pilihan rasional saat musim paceklik. Opsi lain seperti menjadi pedagang atau ngangon ternak sebenarnya tersedia, namun ditolak karena keterbatasan biaya. Selanjutnya, Ahmad (2019) mengungkapkan bahwa inovasi UMKM Sandal Topeng Malangan yang menggabungkan unsur batik merupakan pilihan rasional dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. Kemudian, Lujinggan dan Haryanto (2020) menjelaskan bahwa petani hutan atau pesanggem menjalin kemitraan dengan pemerintah kabupaten/kota dalam mengelola hutan. Kemitraan tersebut

menguntungkan pesanggem karena selain menambah penghasilan, juga berkontribusi pada pelestarian hutan.

Anas dan Rosyid (2021) menjelaskan bahwa petani di Desa Wudi menghadapi musim paceklik dengan memilih menjadi buruh yang mengambil pakan rumput untuk ternak milik tetangga atau saudara sebagai bentuk rasionalitas dalam memenuhi kebutuhan. Pekerjaan ini dipilih karena dapat disambi dan hanya mengandalkan tenaga fisik. Selanjutnya, Prayogo dan Lesmana (2022) menyimpulkan bahwa tukang becak di kawasan Malioboro tetap mempertahankan profesinya sebagai bentuk rasionalitas, dengan keyakinan bahwa pandemi akan segera berakhir serta keterbatasan keterampilan di bidang lain seperti berdagang atau bertani. Terakhir, Utami dkk. (2022) menjelaskan bahwa pekerjaan sebagai petani kelapa merupakan pekerjaan sampingan yang menjanjikan bagi masyarakat Desa Pengalihan di masa mendatang, terutama seiring dengan meningkatnya permintaan kelapa, sehingga pekerjaan sebagai petani kelapa juga semakin diminati.

Beberapa penelitian terdahulu memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yaitu bahwa sumber daya atau resource yang tersedia menjadi dasar rasionalitas aktor dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks ini, sumber daya tersebut berupa potensi khas dari masing-masing daerah. Perbedaan utama terletak pada peluang dan strategi yang diterapkan oleh petani kopi Desa Pledokan dalam mengolah bubuk kopi serta bentuk output yang dihasilkan dan cara pemasaran bubuk kopi oleh petani desa tersebut.

2. Petani Kopi

Beberapa penelitian terdahulu mengenai petani kopi telah dilakukan oleh Putra (2021), Wulandari (2023), Ramadhan (2021), Sanudin (2021), Sekarningrum (2022), serta Irawan (2023). Secara lebih rinci, beberapa di antaranya menjelaskan hal berikut: Pertama, Putra (2021) menyatakan bahwa minat pemuda menjadi petani kopi muda dipengaruhi oleh peran orang tua, motivasi, pengalaman, dan lingkungan tempat tinggal. Orang tua memiliki peran besar dalam membentuk minat pemuda untuk berkecimpung di dunia pertanian kopi. Kedua, Wulandari (2023) menyimpulkan bahwa pemberdayaan yang dilakukan berupa pelatihan dan pemberian sarana-prasarana melalui program Desa Sejahtera Astra, serta pemasaran melalui acara Coffee Cupping sebagai upaya membuka pasar ekspor. Ketiga, Ramadhan (2021) menjelaskan bahwa strategi pengembangan dilakukan melalui inovasi, penetapan harga, perluasan relasi dan jaringan distribusi, serta menghadapi ancaman pasar global. Keempat,

Sanudin (2021) menerangkan bahwa petani kopi di Desa Sukamanah telah membentuk kelembagaan yang terorganisir dan memperoleh manfaat sosial serta ekonomi, seperti terpenuhinya kebutuhan kehidupan. Kelima, Sekarningrum (2022) menyimpulkan bahwa modal sosial pada petani kopi di Jawa Barat, seperti kekompakan dan kerjasama, terbentuk melalui interaksi saat bekerja sehingga menciptakan mutual trust (saling percaya). Keenam, Irawan (2023) mengemukakan bahwa upaya petani kopi di daerah tertinggal Kecamatan Tanjung Raja meliputi optimalisasi pelaksanaan berbagai pemberdayaan, manajemen keuangan keluarga, dan pembangunan modal sosial.

Kekhasan penelitian terdahulu dan penelitian ini terletak pada upaya petani kopi dalam membangun relasi dengan lingkungan sekitar melalui pemanfaatan sarana yang tersedia, yaitu sumber daya (resource). Perbedaan antara penelitian ini dengan beberapa penelitian sebelumnya terdapat pada tingkat kesadaran akan pentingnya lembaga dan modal sosial yang telah terorganisir. Selain itu, mutual trust (saling percaya) antarpetani yang menjadi dasar kerja sama dalam mengembangkan potensi sumber daya alam masih belum terbentuk secara optimal.

F. KERANGKA TEORI

1. Definisi Konseptual

a. Rasionalitas

Konsep rasio erat kaitannya dengan pengertian akal. Rasionalitas intelektual, didasarkan pada kemampuan penalaran manusia. Prinsip dasar yang digunakan Weber dalam mengategorikan berbagai bentuk perilaku sosial adalah rasionalitas, seperti yang diamati dalam penelitian ini. Konsep Weber tentang perilaku rasional berkaitan dengan penilaian dan keputusan kognitif yang disengaja yang melekat dalam tindakan tersebut.

Pengertian rasionalitas berasal dari konseptualisasi Weber tentang rasionalitas tindakan. Secara khusus, hal ini mengacu pada cara di mana perilaku sosial individu dibatasi oleh tradisi dalam masyarakat tradisional dan oleh rasionalitas dalam masyarakat modern. (Ritzer, 2005). Keyakinan seseorang untuk membuat keputusan yang rasional hakikatnya memiliki tujuan, namun parameter rasio (akal) yang digunakan pada setiap individu berbeda. realitas normatif menjadi pemicu perbedaan pembenaran rasio seseorang, keyakinan kebenaran suatu hal pada seseorang, dapat berbeda pada

orang lain. pada akhirnya tolak ukur rasionalitas seseorang terletak pada apa yang ia yakini.

b. Petani Kopi

Petani adalah warga desa yang memiliki ladang untuk bercocok tanam dan bekerja untuk kepentingan diri sendiri (Wolf, 1983). Jenis tanaman yang biasa ditanam oleh petani meliputi padi, palawija, dan kopi. Petani kopi merupakan salah satu profesi yang ada di Indonesia. Jenis kopi yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia dan dunia adalah Arabika dan Robusta. Kopi, yang dikenal sebagai makanan penambah energi dan penghilang rasa kantuk, ditemukan pertama kali oleh suku Galla di Ethiopia. Secara umum, kopi terdiri dari dua jenis utama, yaitu kopi Arabika dan kopi Robusta. Proporsi konsumsi kopi Arabika mencapai sekitar 70%, sedangkan kopi Robusta sekitar 26% di seluruh dunia (Soedarto, 2022).

2. Teori Pilihan Rasional James Coleman

a. Asumsi Dasar Teori Pilihan Rasional

Dalam Sosiologi, perkembangan teori pilihan rasional dimulai pada dekade 1960-an. Jauh sebelum kemunculan teori pilihan rasional James S. Coleman, orientasi perkembangan pilihan rasional terpengaruh kuat oleh Mazhab Utilitarian dalam ilmu ekonomi yang mementingkan kepuasan dan konsep Weber. pada dasarnya teori pilihan rasional berasal dari ekonomi neoklasik.

Setelah dua dekade berlalu muncul tokoh teori pilihan rasional yang terkemuka dalam sosiologi, yakni James S. Coleman. Pada tahun 1989, Coleman membuat sebuah jurnal "*Rationality and Society"* sebagai karya dari suatu perspektif pilhan rasional. Coleman kemudian menebitkan buku yang berjudul "*Foundation Of Social Theory"* yang didasarkan pada perspektif tersebut (Coleman, 1994).

Perspektif baru Coleman mengenai teori pilihan rasional mencakup dua komponen utama. Pertama, teori ini menekankan manusia sosiologis sebagai katalis utama dalam kerangka pilihan rasional, khususnya dalam kaitannya dengan homo ekonomicus dan masyarakat. Kedua, Coleman memperkenalkan manusia ekonomi sebagai sarana untuk menantang teori sosial tradisional (Ritzer, 2014).

Mantra-mantra tersebut merupakan tradisi yang mengikat masyarakat dalam tatanan masyarakat tradisional. Lebih lanjut, Coleman berpendapat bahwa masyarakat modern memiliki orientasi pemikiran yang lebih rasional. Menurut Coleman, fenomena seperti permasalahan makro harus dimulai dari tingkat mikro. Fenomena sosial atau isu makro seharusnya dihadapi dengan rasionalitas individu.

Istilah rasional dalam teori pilihan rasional merujuk pada istilah Weber tentang tindakan rasional Instrumental, yakni perilaku yang beorientasi pencapaian tujuan berdasarkan pilihan rasional. Rasionalitas berarti ukuran normatif pada seseorang berdasarkan keyakinan, penalaran dan akal yang digunakan untuk mencapai tujuannya (Hidayat, 2016). Secara rinci, rasionalitas tindakan menurut Coleman adalah *purposive action framework.* Dengan konsep tindakan adalah *kolektif.* Tindakan kolektif Coleman mengacu pada isu makro namun melihat sisi dari segi mikro, makro merupakan masyarakat dan mikro adalah aktor yang menyadarkan kepentingan atau tujuannya kepada individu lain agar mendapatkan keuntungan yang maksimal tanpa harus melakukan usaha yang besar. Coleman menerapkan tindakan pada aktor dipengaruhi oleh rasionalitas. Rasionalitas individu dalam hal ini mutlak mempengaruhi tindakan dan tujuan individu dalam mewujudkan tujuannya.

Teori pilihan rasional Coleman menyatakan bahwa individu atau aktor terlibat dalam tindakan rasional dengan mengejar tujuan yang ditentukan oleh nilai atau preferensi mereka. Coleman mengemukakan gagasan mendasar mengenai sejauh mana pilihan rasional, menyatakan bahwa individu terlibat dalam tindakan yang bertujuan diarahkan pada tujuan yang dipengaruhi oleh nilai-nilai atau pilihan mereka. (Coleman, 1994).

b. Konsep Utama Teori

Sehingga proyek pemikiran James S. Coleman tentang pilihan rasional memiliki dua kunci pembahasan:

1. Aktor

Coleman meyakini bahwa pendekatan beroperasi dimulai dari metodologi individualis, di mana fenomena tingkat mikro akan menjelaskan isu makro. Ilmu sosial seharusnya memusatkan perhatian pada sistem sosial, namun untuk menjelaskan sampai ke tingkat makro,

faktor internal harus terlebih dahulu dipahami, yaitu faktor individual. Dengan jelas, Coleman menyatakan bahwa aktor atau individu memiliki orientasi tujuan yang bersifat kolektif, meskipun pada awalnya tujuan aktor bersifat individual (Coleman, 1994).

Aktor dalam pandangan Coleman adalah individu yang berupaya memaksimalkan sumber daya yang ada demi kepentingan dan kepuasan pribadi. Tindakan aktor diatur oleh aturan-aturan dan mekanisme yang memungkinkan peralihan dari pilihan individual ke pilihan kolektif (sosial). Dalam penelitian ini, aktor yang dimaksud adalah petani kopi. Orientasi petani kopi melihat bahwa sumber daya kopi yang dimiliki tidak cukup memuaskan jika hanya untuk konsumsi pribadi. Oleh karena itu, pilihan rasional yang mereka ambil adalah menjual kopi kepada tengkulak dan membentuk kelompok tani sebagai wadah untuk memaksimalkan penjualan kopi serta sebagai preferensi untuk mengelola sumber daya secara lebih optimal. Inisiatif tersebut pada awalnya merupakan upaya petani kopi Desa Pledokan sebagai individu. Tindakan kolektif yang terjadi adalah inisiatif para petani untuk mengumpulkan aktor-aktor individu dan mendirikan struktur sosial agar potensi kopi Desa Pledokan dapat dimanfaatkan secara lebih luas.

2. Sumber Daya

Konsep sumber daya menurut Coleman dalam teori ini adalah sesuatu yang dapat menarik perhatian aktor dan dapat dikontrol sesuai dengan keinginan demi kepuasan aktor tersebut. Definisi sumber daya mencakup segala sesuatu yang dapat memaksimalkan keinginan aktor dalam preferensi rasionalitasnya. Keberadaan sumber daya sejatinya dimanfaatkan secara optimal oleh aktor melalui berbagai usaha dan upaya (Coleman, 1994).

Bentuk sumber daya meliputi sumber daya alam dan sumber daya manusia. Namun, asumsi dalam penelitian ini mengarah pada kopi sebagai sumber daya utama aktor, yaitu para petani. Kemajuan aktor dalam memaksimalkan utilitas dapat berkembang dengan cepat apabila sumber daya yang tersedia mendukung. Sebagai contoh, kopi di Desa Pledokan merupakan salah satu komoditas pertanian utama, namun

potensi tersebut kurang dimanfaatkan secara optimal. Sebagian besar aktor masih menggunakan kopi hanya sebagai minuman rumahan atau menjualnya kepada tengkulak.

Pada petani Desa Pledokan, sumber daya difungsikan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan ekonomi dengan cara menjual dan memasarkan kopi sesuai dengan jumlah kopi yang dimiliki. Potensi keberhasilan dalam mengolah sumber daya tersebut merupakan bentuk rasionalitas mutlak dari aktor. Peranan aktor dalam mengelola sumber daya dapat berbeda antara satu dengan yang lain, sehingga tolak ukur kepuasan tetap berdasarkan rasionalitas pada setiap pilihan individu (Coleman, 1994).

G. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif mencakup pemahaman penuh tentang fenomena yang ditemui subjek penelitian, termasuk perilaku, persepsi, motif, dan tindakan mereka, dalam lingkungan alam tertentu. Hal ini dicapai dengan pemanfaatan beragam metodologi ilmiah dan penyediaan deskripsi tekstual (Moelong & Moelong, 2016).

Penelitian kualitatif melibatkan pengamatan langsung terhadap informan yang melakukan aktivitas, berinteraksi dengan orang lain, dan bertujuan untuk mempelajari dinamika lingkungan sekitarnya. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif yang bercirikan pendekatan induktif. Dalam pendekatan ini, penekanannya ditempatkan pada pemahaman makna fenomena yang diselidiki, daripada mencari temuan-temuan yang dapat digeneralisasikan. Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti, yang memainkan peran penting dalam mengumpulkan data melalui observasi yang cermat. Data yang diperoleh mencakup deskripsi kontekstual yang komprehensif, serta catatan cermat yang diperoleh dari wawancara mendalam dan bentuk analisis dokumen lainnya (Wijaya, 2020).

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan penelitian lapangan, meliputi metodologi kualitatif dan pendekatan naratif deskriptif. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif untuk

menjelaskan proses pengambilan keputusan rasional petani kopi di Dusun Pledokan dalam pengolahan dan penjualan produksi kopinya. Data lapangan yang ingin didapatkan peneliti yakni bersifat empiris dan aktual. Fokus penelitian ini terletak pilihan rasional petani kopi dalam pilihan rasional akan mengolah, menjual dan memasarkan kopi. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif naratif. Pendekatan naratif deskriptif adalah metode analisis data yang di dalamnya mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata baik tertulis maupun lisan dari informan. Naratif dalam penelitian ini berbentuk naskah penelitian ataupun gambar dalam penyajian data. Di dalamnya peneliti bisa memberikan masukan informasi tentang kesepakatan dalam bentuk kutipan pendek, panjang dan bervariasi maupun variasi gambar (Sugiyono, 2013).

Dengan penggunaan pendekatan naratif deskriptif diharapkan peneliti melihat proses penggambaran petani kopi dalam merasionalisasikan pilihan sumber daya yang dimiliki sesuai kebutuhan yang di inginkan. Melalui pendekatan deskriptif naratif peneliti akan menguraikan data yang di dapat dengan sebenar-benarnya dan apa adanya sesuai dengan ada yang ada di lapangan. Pendekatan deskriptif naratif oleh peneliti dianggap mampu untuk mewakili penelitian ini agar lebih detail dan terperinci dalam menjabarkan rumusan masalah serta deskripsi yang mendalam. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Pledokan, Kecamatan Sumowono, Kabupaten Semarang. Peneliti memiliki ketertarikan terkait bentuk pembangunan masyarakat berdasarkan sumberdaya yang tersedia.

2. Sumber dan Jenis Data

Pada penelitian ini sumber dan jenis data menggunakan data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data asli atau pertama yang tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi maupun bentuk file, data yang didapat melalui narasumber sebagai sarana mendapatkan informasi maupun data (Sarwono,2018). Pengambilan data primer dilakukan melalui wawancara dengan narasumber yang telah ditentukan oleh peneliti dan observasi partisipan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang datang dari arsip kepustakaan yang berbentuk jurnal, buku referensi penelitian dan dokumentasi (Sarwono, 2018). Data sekunder pada penelitian ini meliputi sumber arsip desa, dokumen hasil penjualan dan berita terkait isu penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati dan mencatat secara sistematik sebuah gejala yang diselidiki (Narbuko, 2015). Dalam melakukan observasi peneliti akan terjun ke lapangan penelitian untuk melihat gejala pada kasus yang diselidiki dengan tujuan mendapatkan data yang akurat, tajam dan relevan sesuai judul penelitian ini yakni Pilihan Rasional Petani Kopi (Studi Pada Petani Kopi Desa Pledokan, Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang).

b. Wawancara

Wawancara adalah proses pemberian tanya oleh penanya dan pemberian jawaban dari informan, dilakukan secara lisan dalam keadaan tatap muka untuk dua orang atau lebih secara langsung demi memperoleh informasi dan keterangan (Narbuko, 2015).

Teknik pengambilan informan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan terarah. Teknik *purposive* merupakan teknik pengambilan yang melibatkan pemilihan sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, para informan dipilih karena keahlian mereka dalam budidaya dan pemasaran kopi, serta pengetahuan komprehensif mereka tentang seluk-beluk industri kopi. (Sugiyono, 2009).

Kriteria informan yang akan menjadi informan pada penelitian ini yakni petani kopi di Desa Pledokan yang memiliki kebun kopi dan pengalaman dalam mengelola hasil panen kopi selama lebih dari 15 tahun. Dalam penelitian ini informan yang memenuhi kriteria tersebut adalah Pak Juweni selaku pemilik kebun terluas di Dusun Ngaglik desa Pledokan, Pak Untung sebagai petani senior dalam mengolah kopi, Pak Restu selaku petani muda yang menjajakan produk kopinya pada pasar tradisional, Pak Waluyo selaku petani yang memiliki keahlian dalam pemasaran kopi. Dalam penentuan informan dalam penelitian ini, penulis atau peneliti akan melakukan

wawancara untuk menggali informasi atau data lebih detail terkait kajian yang akan diteliti dengan menggunakan teknik *In depth Interview.*

Wawancara mendalam atau *In depth Interview* adalah menggali perspektif narasumber secara mendalam demi mengetahui seluk beluk masalah yang sedang di teliti untuk menggambarkan asumsi narasumber dengan cara mengemukakan topik umum kepada narasumber (Sarwono, 2006).

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan berupa notulensi wawancara, foto kegiatan, catatan kecil mengenai penelitian, dokumen administrasi dan surat-surat (Arifianto, 2016). Teknik dokumentasi ini digunakan untuk melihat lapangan penelitian tanpa mengurangi keabsahan dan keakuratan data penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Tujuan menafsirkan dan menganalisis data penelitian yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara yang dilakukan di berbagai lokasi penelitian adalah untuk meningkatkan kedalaman temuan penelitian. Dalam ranah penelitian, proses analisis data melibatkan kompilasi, klasifikasi, dan korelasi isi data dengan kerangka teori, guna memperoleh wawasan yang bermakna dan menarik kesimpulan dari data tersebut.

Metodologi yang digunakan untuk analisis data bersifat induktif. Analisis induktif mengacu pada metode analisis yang memperoleh temuan umum berdasarkan faktor tertentu atau perbandingan yang dilakukan antara sumber literatur yang relevan dengan subjek penelitian (Sidiq, 2019). Analisis data digunakan sebagai sarana untuk mengkarakterisasi data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam format verbal dan bukan numerik.

Miles dan Huberman (Sugiyono, 2016) menegaskan bahwa proses analisis data kualitatif ditandai dengan interaktivitas dan kontinuitas hingga mencapai titik jenuh data. Aktivitas analisis data tersebut berupa:

a. Reduksi Data

Reduksi data mengacu pada proses memadatkan informasi dengan memilih elemen-elemen kunci, memprioritaskan aspekaspek penting, dan mengidentifikasi tema dan pola menyeluruh. Tujuan utama reduksi data adalah untuk memfasilitasi penemuan dengan mengidentifikasi dan memilih materi baru yang dianggap asing, belum dieksplorasi, dan tidak teridentifikasi. Menurut Sugiyono (2016), pola yang terlihat belum terbentuk. Melakukan reduksi data melibatkan proses penyempurnaan dan konsolidasi data terkait yang berkaitan dengan pokok bahasan penelitian. Hal ini memerlukan klarifikasi dan validasi data untuk memperoleh hasil penelitian yang bermakna.

b. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya (Sugiyono, 2013). Menurut Miles and Huberman yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

c. Penarikan Kesimpulan

Sifat sementara dari kesimpulan yang diperoleh dari penelitian kualitatif dapat berubah jika tidak ada bukti kuat yang menguatkan pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun demikian, ketika melakukan pengumpulan data di lapangan, diperoleh bukti-bukti yang kuat sehingga menghasilkan keandalan dan kepercayaan terhadap hasil yang dihasilkan. Keberagaman pertanyaan dan rumusan pertanyaan di berbagai bidang mungkin dipengaruhi oleh ada tidaknya data penelitian yang kuat.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian kualitatif mencakup penemuanpenemuan baru yang sebelumnya tidak diketahui. Temuan- temuan ini mungkin bermanifestasi sebagai penjelasan penjelasan atau klarifikasi terhadap objek-objek yang sebelumnya ambigu atau tidak jelas. Selain itu, penelitian kualitatif dapat mengungkap hubungan sebab akibat atau interaktif, hipotesis, atau teori pada pengembangan hipotesis penelitian. (Sugiyono, 2013).

d. Keabsahan Data (Triangulasi)

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan dan pengecekan keabsahan data dengan memanfaatkan hasil wawancara dengan objek penelitian. Triangulasi menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumen. Triangulasi dilakukan untuk melihat tingkat validasi data secara lebih dalam yang berupa sumber, metode dan teori.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai pembahasan dan isi, penelitian ini disusun dengan kerangka penelitian yang sistematik, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian bab pendahuluan ini dijelaskan latar belakang pengambilan permasalahan penelitian yang dirumuskan dalam rumusan masalah. Setelah menjabarkan latar belakang penelitian, dijabarkan pula tujuan dan manfaat penelitian ini. Bab 1 kemudian memuat kerangka teori dan konsep penelitian untuk menjadikan bentuk skripsi yang utuh serta penjelasan mengenai metode dan pendekatan yang akan digunakan pada saat penelitian.

BAB II PETANI KOPI DESA PLEDOKAN PERSPEKTIF PILIHAN RASIONAL JAMES S. COLEMAN

Dalam bagian bab ini memuat teori yang telah dijelaskan dan dimasukkan secara singkat pada proposal skripsi sebelumnya untuk dijabarkan secara detail dan mendalam. Pada bagian ini penjelasan mengenai teori akan menjadi landasan berpikir untuk analisis data-data penelitian yang akan dilakukan dengan tujuan mematangkan konsep landasan teori.

BAB III GAMBARAN UMUM DESA PLEDOKAN

Pada bagian ini menjelaskan gambaran umum Desa Pledoka Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang sebagai lokasi penelitian. Gambaran umum Desa Pledokan seperti topografi desa, kondisi geografis, struktur sosial, kondisi demografis, ekonomi dan budaya.

BAB IV UPAYA PENGOLAHAN PANEN KOPI OLEH PETANI DESA PLEDOKAN

Dalam bagian bab ini dijelaskan secara mendetail mengenai upaya pengolahan hasil panen kopi oleh petani desa Pledokan. Penjelasan mengenai upaya hasil panen kopi berupa pengolahan biji kopi, penjemuran hingga pemasaran kopi secara sederhana.

BAB V STRATEGI PETANI KOPI DALAM MEMASARKAN HASIL PANEN KOPI

Dalam bab ini dijabarkan bentuk–bentuk strategi penjualan dan pemasaran secara lebih meluas. Pada bagian ini penjelasan akan dianalisis secara mendalam terkait strategi pemasaran kopi, penjualan kopi dan peluang terbentuknya sebuah ikatan organisasi petani kopi, dalam hal ini kelompok tani Suka Maju I dan Suka Makmur I.

BAB VI PENUTUP

Pada bagian bab ini berisi simpulan dari serangkaian penulisan penelitian dan jawaban akhir dari rumusan masalah secara singkat. Pada bab ini disajikan juga saran yang akan diberikan penulis pada penelitian yang sama berikutnya.

BAB II
PILIHAN RASIONAL PETANI PADA PEMASARAN HASIL PANEN KOPI DALAM PERSPEKTIF TEORI JAMES S. COLEMAN

A. Definisi Konseptual

1. Petani Kopi

Mengutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (2020), petani adalah orang yang bekerja dengan bercocok tanam. Petani merupakan masyarakat yang tinggal di desa dan hidup dengan bercocok tanam, menggunakan peralatan utama berupa alat tradisional. Sriyana (2022) menyatakan bahwa secara umum petani adalah seseorang yang bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui kegiatan usaha pertanian, yang meliputi bidang tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan, dan perikanan. Dilihat dari hubungannya dengan lahan yang diusahakan, petani dapat dibedakan menjadi:

a. Petani Pemilik Lahan adalah petani yang memiliki lahan usaha sendiri serta lahannya tersebut diusahakan atau digarap sendiri.
b. Petani Penyewa adalah petani yang menggarap tanah milik orang lain atau petani lain dengan status sewa lahan garapan.
c. Petani Penyakap (penggarap) merupakan petani yang menggarap tanah milik petani lain dengan sistem bagi hasil.
d. Petani Penggadai adalah petani yang menggarap lahan usaha tani orang lain dengan sistem gadai yang bersifat sementara.
e. Buruh Tani ialah petani pemilik lahan atau tidak memiliki lahan usaha tani sendiri, petani biasanya bekerja di lahan usaha tani milik orang lain, petani pemilik atau penyewa biasanya mendapatkan upah berupa uang atau barang hasil usaha tani tersebut (Sriyana, 2022).

Badan Pusat Statistik (2023) menyatakan sub-sektor pertanian:

a. Usaha Pertanian Perorangan

Unit usaha pertanian yang dikelola oleh satu orang yang memiliki tanggung jawab teknis, yuridis, dan ekonomis untuk unit pertanian tersebut. Orang tersebut dapat melakukan semua tanggung jawab secara langsung, atau mendelegasikan yang terkait dengan pengelolaan kerja sehari-hari kepada seorang manajer (tidak berbadan hukum).

Usaha pertanian mencakup usaha di subsector tanaman pangan, holtikultura, perkebunan, peternakan, perikanan, kehutanan, serta usaha jasa pertanian.

b. Pengelola Usaha Pertanian

Orang yang memiliki tanggung jawab teknis, yuridis, dan ekonomis pada unit usaha pertanian dalam subsektor tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan, perikanan, dan atau kehutanan disebut petani. Orang tersebut dapat menjalankan semua tanggung jawab tersebut secara langsung atau mendelegasikan pengelolaan kerja sehari-hari kepada seorang manajer (tidak berbadan hukum).

Klasifikasi subsektor pertanian terbagi menjadi:

a. Usaha tanaman pangan merupakan kegiatan pertanian yang menghasilkan produk tanaman pangan (padi dan palawija) dan bukan sebagai buruh tani atau pekerja keluarga.
b. Holtikultura, usaha tanaman holtikultura adalah kegiatan holtikultura yang menghasilkan produk tanaman sayuran, buah-buahan tanaman hias dan obat dengan tujuan sebagian ataui seluruh dijual atau ditukar.
c. Perkebunan, usaha perkebunan adalah kegiatan perkebunan yang mengahsilkan produk tanaman perkebunan dengan tujuan sebagian atau seluruh hasilnya dijual atau ditukar.
d. Peternakan, usaha peternakan adalah kegiatan pemeliharaan ternak (meliputi penggemukan/pembibitan/pengembangbiakan/pemacekan) yang mengahsilkan produk peternakan dengan tujuan sebagian atau seluruh hasilnya di jual atau di tukar.
e. Jasa Pertanian, usaha jasa pertanian adalah kegiatan usaha atas dasar balas jasa atau kontrak/secara borongan, sepert melayani usaha di bidang pertanian.

Berdasarkan penjelasan di atas, petani adalah orang yang bekerja di desa dengan bercocok tanam menggunakan alat tradisional untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mendapatkan penghasilan dari kegiatan pertanian. Oleh karena itu, petani kopi adalah masyarakat yang bercocok tanam kopi dengan mengolah, menanam, serta merawat perkebunan kopi. Petani kopi di Indonesia menanam jenis kopi sebagai berikut:

a. Kopi Robusta

Robusta berasal dari Kongo. Kopi robusta memiliki sifat lebih unggul, berkembang sangat cepat, memiliki kafein yang tinggi, tumbuh di ketinggian di bawah 800 mdpl dan kopi yang mendominasi perkebunan kopi Indonesia.

b. Coffee Arabica (Kopi Arabika)

Ethiopia dan Abessinia adalah daerah asal jenis kopi arabika. Jenis pertama yang di budidayakan. Kopi arabika ideal di tanam dengan ketinggian 700-1.700 m dpl dengan suhu 16-20 derajat celcius, harga lumayan tinggi di bandingkan kopi robusta dan berbuah hanya sekali dalam setahun.

c. Liberica Coffea atau Kopi Liberika

Masuk ke Indonesia pada tahun 1965 dan berasal dari Angola. Kopi yang dapat tumbuh di dataran rendah, buah yang tidak seragam, berbuah sepanjang tahun namun jumlahnya terbatas karena kualitas buah dan rendemennya rendah (Ismail & dkk, 2022).

Keberlanjutan sector pertanian kopi di pengaruhi oleh empat indikator yaitu:

a. Pengetahuan Bertani Kopi

Menurut Notoatmojo faktor yang mempengaruhi pengetahuan bertani tersebut terbagi menjadi 6 yakni pengalaman bertani, tingkat pendidikan, keyakinan akan kebenaran yang dipegang seacara turun temururn, sumber informasi yang berasal dari manapun baik dari media cetak atau media sosial, sosial budaya (kebiasaan masyarakat dalam lingkup keluarga dan lingkungan mempengaruhi sikao dan persepsi seseorang) serta umur, semakin tua seorang petani kopu maka cenderung sulit menerima perubahan.

b. Modal Bertani Kopi

Modal atau biaya tentu diperlukan oleh petani kopi. pembelian pupuk, obat-obatan, bibit, upah tenaga kerja dan sebagainya dalam proses produksi. Biaya yang di perlukan petani kopi berasal dari hasil panen dan piminjaman uang pada bank. Pada penelitian ini petani kopi memiliki kelompok tani yang menjadi wadah untuk meminjam modal sekaligus menjadi tempat pembelian bubuk dan penjualan kopi.

c. Tenaga Kerja

Eva dan Sriyanto (2013:38) menyatakan bahwa tenaga kerja di bidang pertanian adalah seluruh tenaga efektif yang di pakai baik tenaga manusia, ternak dan tenaga kerja mekanik. Tenaga kerja adalah penggerak produksi pertanian.

d. Hasil Produksi Kopi

Produksi hasil kopi adalah jumlah kopi yang dihasilkan dari setiap hektar kebun kopi dalam satu musim tanam oleh petani. Untuk menghasilkan produksi kopi yang maksimal, diperlukan kombinasi tiga faktor seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, serta pengelolaan lahan yang baik. Dengan pengelolaan yang tepat, kebun kopi seluas 1 hektar dapat menghasilkan sekitar 2 ton kopi per hektar per tahun.

e. Pemasaran Hasil Usaha Kebun Kopi

Pemasaran berarti menyampaikan produk hingga ke tangan konsumen. Menurut Nurmala Beberapa subsistem yang terdiri dari lembaga-lembaga tataniaga atau keseluruhan pemasaran usaha tani yakni:

i. Tengkulak yang beroperasi di desa-desa atau pelosok desa terpencil
ii. Pedagang Pengumpul (pedagang besar/Bandar) ditingkat kecamatan, kabupaten yang menampung hasil usaha tani dari tengkulak-tengkulak desa kemudian mendistribusikannya ke daerah-daerah atau pulau atau untuk diekspor ke mancanegara.
iii. Para Eksportir yang berfungsi mengekspor hasil pertanian segar atau hasil olahan ke mancanegara.
iv. Pedagang Eceran adalah pedagang yang beroperasi dipasar-pasar desa, kecamatan atau kabupaten dengan skala usaha kecil.
v. Supermarket atau took swalayan besar di kota-kota besar. Lembaga ini melayani konsumen yang berpendapatan menegah ke atas sehingga produk pertanian yang dijualnya harus mempunyai kualitas yang cukup baik atau berkualitas tinggi.

f. Pendapatan

Pendapatan adalah sebuah gambaran atas hasil usaha dalam periode tertentu. Jumlah pendapatan akan berpengaruh terhadap tingkat kemakmuran petani kopi. Pendapatan yang dalam hal ini yakni pendapatan bersih setelah perhitungan

pendapatan kotor dan biaya produksi. Semakin banyak pendapatan bersih tentu semakin makmur petani kopi.

Dari penjelasan tersebut, petani kopi memiliki beberapa indikator untuk keberlangsungan hidup dan kesejahteraan mereka. Keterkaitan antar indikator tersebut dapat dilihat dari jumlah pendapatan bersih petani kopi. Baik kopi robusta, arabika, maupun liberika memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, sehingga petani kopi dapat memilih jenis kopi yang sesuai dengan daerah tempat tinggalnya. Perbedaan iklim menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi jenis kopi yang dapat ditanam, selain juga kemampuan petani dalam bercocok tanam.

2. Pemasaran

Istilah pemasaran atau *marketing* terjadi pada transaksi pasar dengan kegiatan jual-beli. W. Y. Stanton, pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual ataupun potensial (Herwandi, 2012).

Kotler dan Keller (2013) menyatakan pemasaran berarti kegiatan mengatur dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan bertukar penawaran nilai oleh pelanggan dan masyarakat pada umumnya dengan kesepakatan melalui kedua belah pihak. Secara singkat pemasaran ialah kegiatan sosial di mana individu atau kelompok memenuhi keinginan konsumen dengan menawarkan dan memperdagangkan barang dan jasa yang bermanfaat. Dijelaskan oleh Astuti & Matondang (2021) juga ada beberapa jenis pemasaran.

Dua jenis di antaranya pemasaran yang relevan terhadap penelitiaan ini yakni pemasaran pengalaman dan pemasaran hubungan:

a. Pemasaran pengalaman, pemasaran pengalaman adalah berdasarkan kepada pelanggan individual, setelah melakukan observasi dan partisipasi langsung dari suatu peristiwa transaksi, merasakan rangsangan yang pasti tentang motif.
b. Pemasaran hubungan adalah seperangkat kegiatan pemasaran yang berorientasi kepada membangun, mengembangkan, memelihara, dan mengakhiri pertukaran relasional.

Dari penjelasan mengenai pemasaran, kata kunci utama adalah pemasar. Pemasar adalah individu atau kelompok yang menjadi pelaku aktif dalam kegiatan mencari dan menawarkan sesuatu yang bernilai, baik berupa barang maupun jasa, sehingga terjadi proses pertukaran (transaksi). Pemasaran merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menjual barang kepada konsumen dengan tujuan memenuhi kepuasan konsumen. Penelitian ini mengkaji jenis pemasaran berdasarkan pemasaran pengalaman dan pemasaran hubungan, yang dilatarbelakangi oleh cara petani kopi dalam menikmati langsung hasil kopi serta menjualnya secara langsung melalui kelompok tani dan pasar. Pengalaman pribadi dan relasi antar petani kopi dalam penelitian ini terlihat dari terbentuknya kelompok tani yang didasari oleh hubungan sosial antar petani kopi.

Strategi pemasaran merupakan elemen penting dalam pemasaran yang berdampak besar dalam mendorong pelanggan membeli produk atau layanan. Menurut Kotler dan Armstrong (1992), strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Strategi ini mencakup keputusan-keputusan penting terkait target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran, serta tingkat biaya pemasaran yang diperlukan. Dengan kata lain, strategi pemasaran menjadi landasan bagi perusahaan dalam merumuskan bagaimana produk atau jasa akan disajikan dan dipasarkan agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sekaligus mencapai tujuan bisnis secara efektif dan efisien.

Strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling terkait, yaitu:

a. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani. Keputusan ini didasarkan pada factor-faktor:
    i. Persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan didominasi.
    ii. Keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan yang lebih sempit.
    iii. Pengalaman kumulatif yang didasarkan pada trial dan error didalam menanggapi peluang dan tantangan. iv. Kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumber daya langka atau pasar terproteksi.
b. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang di jual, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing lini.

c. Penetapan harga yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
d. Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
e. Komunikasi pemasaran (promosi) yang meliputi periklanan, personal selling, promosi jualan, direct marketing dan public relations (Sunyoto, 2015).

Menurut Firmansyah, (2023) pemasaran mempunyai unsur, dua di antaranya yakni:

a. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsikan sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.
b. Merk adalah suatu nama, simbol, tanda, desain atau gabungan di antaranya untuk dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasa lainnya.

Dari uraian di atas, teori pilihan rasional dalam penelitian ini digunakan untuk memahami pilihan petani kopi dalam mengelola hasil panen yang mereka peroleh. Selain itu, teori ini juga berfungsi sebagai alat analisis untuk menilai rasionalitas petani dalam memasarkan kopi yang mereka miliki. Teori pilihan rasional dipilih guna mengetahui sejauh mana petani menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan, mengelola, serta memaksimalkan potensi daerah. Sebagai aktor dalam penelitian ini, petani dipandang menggunakan rasionalitas sebagai tolak ukur keberhasilan dalam mengelola sumber daya alam.

B. Teori Pilihan Rasional James S. Coleman

Teori pilihan rasional memandang bahwa tindakan aktor didasarkan pada penggunaan rasionalitas untuk memanfaatkan sumber daya yang dimiliki dengan cara yang paling efisien dan mudah dijangkau, guna menghasilkan potensi sebesar-besarnya. Selain itu, tindakan aktor juga dapat berpengaruh pada orang lain atau bahkan pada suatu wilayah, seperti desa. Menurut James S. Coleman (1994), aktor merupakan *"living problem solving"* yang beroperasi pada tingkat mikro untuk menyelesaikan masalah pada tingkat makro. Dengan kata lain, tindakan rasional individu di tingkat mikro menjadi dasar untuk memahami fenomena sosial dan isu-isu yang terjadi pada skala yang lebih luas

Rational Choice atau pilihan rasional menurut Coleman (1994) memandang bahwa tindakan aktor untuk menggali potensi yang ada di lingkungan tempat tinggal mereka

merupakan bentuk rasionalitas dan pilihan yang tepat. Hal ini berarti bahwa rasionalitas seorang aktor tidak dapat dibandingkan secara langsung dengan rasionalitas aktor lain yang berada di tempat atau konteks yang berbeda. Rasionalitas seorang aktor harus diterima oleh masyarakat atau kelompoknya; pada hakikatnya, gagasan yang dikemukakan oleh aktor harus mewakili suara masyarakat. Dalam penelitian ini, fokus utama adalah petani kopi sebagai aktor dan kopi sebagai sumber daya.

1. Konsep Teori

   Coleman secara teoritis menjelaskan bahwa teori pilihan rasional terbagi menjadi dua aspek, yakni individu (aktor) dan sumber daya. Dalam ilmu ekonomi, individu adalah pihak yang dapat menggunakan dan memanfaatkan utilitas secara optimal. Teori pilihan rasional merujuk pada tindakan rasional individu dalam menggunakan sumber daya, di mana tindakan tersebut harus dapat diterima oleh semua orang tanpa menimbulkan penolakan dari masyarakat. Menurut Coleman, istilah rasionalitas berarti gagasan individu yang dapat diterima oleh seluruh kalangan masyarakat atau individu lainnya.

   Secara sederhana, penentuan hak untuk mengemukakan gagasan terikat oleh norma dan perilaku kolektif. Tanpa adanya kekuasaan yang dimiliki oleh individu, apabila suatu gagasan diterima dengan baik oleh masyarakat, maka gagasan tersebut dapat dijalankan bersama. Pada hakikatnya, gagasan individu dapat diterima apabila ruang lingkupnya masih berada pada tingkat kelompok atau desa. Namun, pada tingkat pemerintahan, diperlukan agen yang mewakili gagasan dari beberapa individu untuk mencapai kesepakatan bersama.

   Coleman menggunakan konsep individu yang berorientasi pada tingkat mikro untuk mengatasi masalah pada tingkat makro. Dalam konsep ini, terdapat interdependensi atau saling ketergantungan antara individu dan sistem sosial. Rasionalitas individu tidak selalu konsisten dan terkadang dapat menyimpang; oleh karena itu, pada tingkat negara, diperlukan sistem sosial sebagai wadah bagi gagasan individu untuk diorganisasikan dan diwujudkan secara kolektif.

   Dalam teori pilihan rasional, terdapat dua jenis tindakan yang dilakukan individu. Pertama, fenomena kolektif dan struktur sosial dibangun melalui tindakan individu yang pada dasarnya didorong oleh kepentingan terbaik masing-masing. Tindakan ini dikenal dengan istilah metodologi individualisme. Kedua, penjelasan rasional berasal dari motivasi aktor di mana keputusan individu mungkin terhambat, namun aktor tetap

memilih opsi yang paling menguntungkan. Sifat utama dari teori pilihan rasional adalah bahwa tindakan dilakukan dengan tujuan memperoleh keuntungan, menggunakan referensi atau pertimbangan terbaik.

2. Asumsi Dasar Teori

Berdasarkan konsep yang telah di kemukakan diatas, asumsi dasar pada teori pilihan rasional James S. Coleman:

a. Secara sederhana, rasionalitas individu berlaku pada lingkup kecil dan segelintir orang, pada lingkup yang lebih besar di perlukan agent untuk mewakilkan gagasan
b. Pilihan Rasional berorientasi pada individu yang mampu memberikan gagasan dengan di setujui oleh anggota masyarakat yang berkaitan
c. Hak dalam mengutarakan gagasan merupakan hak semua orang yang terkait pada suatu kelompok atau desa, tanpa memerlukan jabatan atau mempunyai wewenang
d. Rasionalitas individu terikat norma dan nilai dari masyarakat serta terdapat interdependensi
e. Sekalipun nilai tindakan berubah namun sepanjang masih berlaku dalam masyarakat maka tetap dianggap rasional.
f. Rasionalitas aktor (gagasan aktor) berlaku pada saat awal suatu masalah, apabila telah berlaku kemudian dilakukan kolektivitas yakni menjadi ide umum yang disepakati bersama (Syafira & Harianto, 2020).

3. Konsep Kunci Pilihan Rasional James S. Coleman

a. Aktor

Menurut Coleman, aktor adalah seseorang yang dapat memaksimalkan potensi dan memberikan gagasan untuk mengelola sumber daya serta memiliki preferensi yang berorientasi pada tujuan tertentu. Secara rinci, aktor memiliki rasionalitas yang dapat diterima oleh masyarakat, dianggap sebagai individu yang memiliki tujuan jelas, serta memiliki pilihan-pilihan bernilai dasar yang digunakan untuk menentukan keputusan berdasarkan pertimbangan yang mendalam.

Rasionalitas berarti gagasan yang diterima oleh semua orang. Dalam hal ini, aktor memiliki ide dan kemampuan untuk memperoleh kepercayaan masyarakat dalam mengelola sumber daya. Preferensi yang dimiliki aktor mencakup preferensi pribadi serta kepentingan yang sejalan dengan kebutuhan masyarakat. Dalam mengaplikasikan kedua hal tersebut, aktor cenderung mampu menjalankan

keduanya, karena dalam teori pilihan rasional, tindakan pada tingkat mikro dapat menyelesaikan masalah pada tingkat makro. Namun demikian, aktor tetap memiliki tanggung jawab untuk mengikuti norma dalam menyampaikan pendapat, karena Coleman menyatakan bahwa aktor tidak selalu bertindak secara rasional.

Aktor berarti satu individu. Menurut Coleman, dua orang sudah dapat dikatakan sebagai sistem sosial. Coleman tidak menentang keberadaan sistem sosial karena aktor dan sistem sosial dapat bersama-sama menciptakan perubahan sosial. Namun, aktor yang memiliki kolektivitas tidak dapat bergerak hanya berdasarkan kepentingan pribadi; seorang aktor harus bertindak demi kepentingan kolektif. Dalam penelitian ini, aktor merupakan petani yang memiliki pilihan dalam mengelola sumber daya, yaitu kopi.

b. Sumber daya

Resource atau sumber daya dalam teori pilihan rasional merupakan hal yang dapat dikelola, dikendalikan, dan dimiliki oleh aktor. Sumber daya alam dan sumber daya manusia merupakan unsur paling dasar yang umumnya ditemukan di lingkungan aktor. Dalam sumber daya terdapat potensi yang menarik untuk dimaksimalkan oleh aktor, di mana potensi tersebut dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap perubahan. Potensi sumber daya, dilihat dari sudut pandang aktor, disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Namun, sumber daya tidak selalu sesuai dengan kebutuhan, sehingga sumber daya berfungsi sebagai solusi atas kebutuhan aktor. Sumber daya tersedia dalam bentuk yang dapat dikelola secara langsung, seperti sumber daya alam, maupun sumber daya manusia yang terorganisasi dalam bentuk organisasi atau perkumpulan kecil, seperti kelompok petani kopi di Desa Pledokan dalam penelitian ini.

Kolaborasi sumber daya dalam penelitian penulis dapat dilihat pada aktor yang memberikan gagasan untuk membentuk suatu perkumpulan petani kopi (sumber daya manusia) dan memberikan opsi untuk mengelola dan mengendalikan kopi (sumber daya alam) pada pasar, koperasi dan kelompok tani.

C. Pemasaran Kopi Dalam Perspektif Islam

Al-Qur’an mengatur perdagangan dalam Surah An-Nisa ayat 29:

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ
اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya; Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka semua hal dalam kehidupan *di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.*

Surah An-Nisa ayat 29 merupakan salah satu landasan dalam melakukan jual beli. Ayat ini menekankan bahwa kegiatan perdagangan atau transaksi jual beli harus dilakukan atas dasar suka sama suka antara kedua belah pihak, yaitu penjual dan pembeli. Sangat dilarang untuk mengambil keuntungan hanya bagi salah satu pihak sehingga merugikan pihak lainnya. Dilarang pula saling merugikan, baik kepada diri sendiri maupun kepada pihak lain. Oleh karena itu, prinsip yang paling penting dalam transaksi jual beli adalah keridhaan atau kerelaan dari kedua belah pihak (Asnawi, 2004).

Kopi memang memiliki sejarah panjang dan telah menjadi minuman penting dalam berbagai tradisi, termasuk di kalangan sufi, yang menggunakan kopi untuk menjaga kesadaran dan tetap terjaga sepanjang malam dalam menjalankan ibadah. Namun, berdasarkan catatan sejarah, kopi tidak pernah disebutkan secara langsung dalam hadis Shahih sebagai minuman yang dikonsumsi oleh Rasulullah SAW. Hal ini dikarenakan kopi baru ditemukan sekitar abad ke-11 Masehi, yaitu beberapa abad setelah masa Nabi Muhammad SAW wafat (Alamsyah dkk, 2024). Kopi pertama kali ditemukan oleh bangsa Ethiopia sekitar 1000 SM dan berkembang pesat hingga menjadi minuman populer di seluruh dunia, termasuk di kalangan masyarakat Muslim, seperti yang terjadi di Negara Usmani pada abad ke-16 (Supratman, 2020). Oleh karena itu, meskipun kopi tidak berhubungan langsung dengan Rasulullah SAW, minuman ini memiliki peranan penting dalam sejarah dan budaya masyarakat Muslim, termasuk para sufi dalam praktik ibadah mereka.

Cerita mengenai beberapa sufi mengenai kopi hingga meriwayatkan hadist palsu pernah ada. Sebagaimana hadis yang diterima melalui mimpi oleh as-Sayyid Ahmad bin Ali Bahar al-Qadimiy yang merupakan seorang sufi sebagai berikut:

Dan disebutkan bahwa Ahmad bin Hasan al Attas r.a dari gurunya al-Habib Abu Bakar bin Abdullah al-Attas r.a, bahwa beliau berkata: suatu ketika Sayyid Ahmad bin Ali Bahr AlQudaimi pernah berjumpa dengan Nabi Muhammad dalam keadaan terjaga. Beliau berkata kepada Nabi SAW 'Wahai Rasulullah SAW' aku ingin mendengar hadits darimu secara langsung tanpa perantara. Rasulullah menjawab: Aku akan memberikan kepadamu 3 hadits: Pertama: selama baub Qahwa al-Bun (kopi) masih tercium aromanya di mulut seseorang, maka selama itu pula malaikat akan beristighfar (memintakan ampun) untuknya."

Berdasarkan hadist tersebut dikatakan pernah ada yang bermimpi bertemu Rasulullah SAW dan tercium aroma kopi di sekitar beliau. Dewi & Mustafa, (2024) menganalisis untuk hadist tersebut: hadist tersebut sangat runtut dengan matan dan sanad yang lengkap, namun mustahil hadist tersebut asli karena antara zaman sahabat dan para sufi cukup jauh dan pada zaman Rasulullah SAW belum terdapat minuman kopi karena kopi ditemukan pada abad ke 11. Meskipun hadist palsu tidak ada larangan hukum dalam Al-qur'an dan hadist yang menyebutkan kopi adalah minuman haram, maka kopi sangat boleh di konsumsi dan diperjualbelikan karena tidak bertentangan dengan hukum islam.

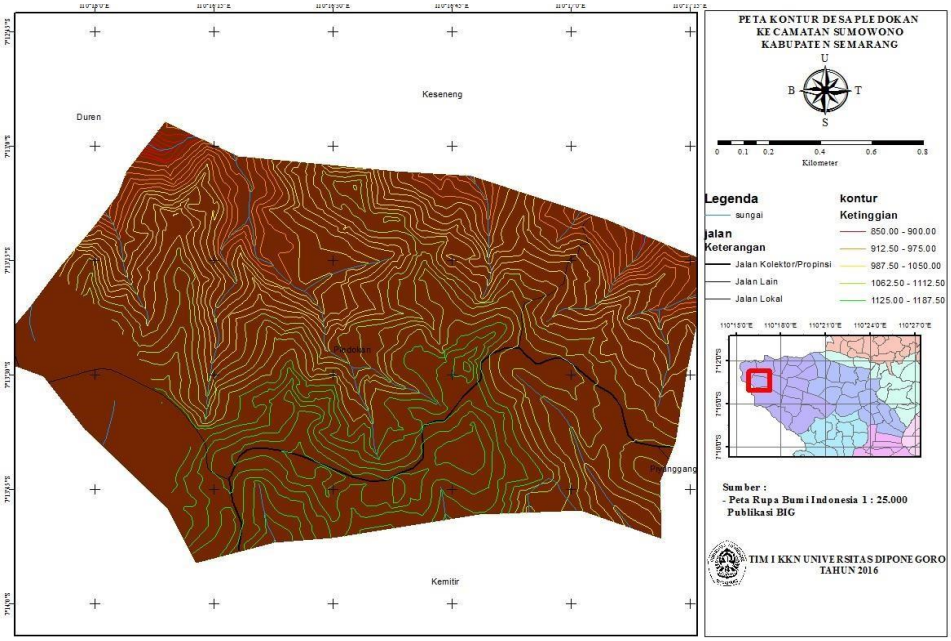
Dapat disimpulkan berdasarkan penjelasan keseluruhan ayat dan hadist diatas bahwa pemasaran yang baik atas dasar sukarela dan tidak merugikan orang lain atau mengambil harta orang lain dengan cara yang salah. Pemasaran seharusnya menguntungkan semua pihak baik pembeli dan penjual. Termasuk jual beli kopi. Kopi sebagai minuman dalam Islam adalah budaya para sufi, minuman yang memiliki latar belakang untuk membuat para ulama tetap terjaga dan dalam hadist yang telah disebutkan bahwa kopi tidak haram dan sangat boleh untuk dikonsumsi sehingga layak untuk diperjual-belikan.

BAB III
PROFIL PETANI KOPI DI DESA PLEDOKAN KECAMATAN SUMOWONO KABUPATEN SEMARANG

A. Gambaran Umum Desa Pledokan

1. Kondisi Geografis

Desa Pledokan merupakan salah satu desa di kecamatan Sumowono, terletak pada ketinggian 800 mdpl di penghujung Gunung Ungaran Kabupaten Semarang. Memiliki curah hujan rata-rata 13,215 mm dan jarak tempuh sekitar 1-2 jam untuk kendaraan bermotor bila ingin ke kota Semarang serta sekitar 15 menit untuk mencapai pusat kegiatan kecamatan Sumowono.



Sumber : pledokan-sumowono.blogspot.com

Berikut luas desa Pledokan:

Tabel 1 Luas Wilayah Desa Pledokan

Luas Desa Pledokan	308.090 ha
Tanah Sawah	34 ha
Tanah Perkebunan	55 ha
Tanah Fasilitas Umum	2.399 ha
Tanah Bengkok	8.846 ha

Sumber : BAPPEDA Kabupaten Semarang

Kontur tanah yang ada pada desa Pledokan berbeda terdapat tanah bengkok yang sebagian besar tidak ditinggali karena dapat bergerak, tanah landai atau datar yang cocok untuk di tanami sayur mayur dan berbukit yang cocok untuk tanaman kopi. Secara administrasi desa Pledokan terdapat 4 Dusun yakni Dusun Pledokan. Dusun Resowinangun (Winangun), Dusun Ngaglik dan Dusun Kemuning. Berikut luas permasing-masing dusun:

Tabel 2 Luas Wilayah Dusun Desa pledokan

NO.	DUSUN	LUAS (Ha)
1	Pledokan	6.579,55
2	Ngaglik	4.729,55
3	Kemuning	4.866,60
4	Resowinangun	2.995,00

Sumber: BAPPEDA Kabupaten Semarang, 2020

Letak setiap dusun berbeda dusun Pledokan dan Kemuning terletak di tanah yang datar sedangkan dusun Winganun dan Ngaglik memiliki karakteristik jalan dan tanah berbukit. Sementara batas desa desa Pledokan yakni:

Table 3 Batas Desa Pledokan

Batas Desa Pledokan		
1	Utara	Desa Keseneng
2	Timur	Desa Tratu dan Piyanggang
3	Selatan	Desa Kemitir, Tratu dan Duren
4	Barat	Desa Duren dan Keseneng

Sumber : BAPPEDA Kabupaten Semarang, 2020

Secara keseluruhan kondisi geografis desa Pledokan memiliki potensi yang besar untuk di kembangkan menjadi desa maju. Kekayaan alam yang berlimpah dan lahan yang begitu luas yang di miliki desa Pledokan adalah harta yang harus di lestarikan

oleh masyarakat setempat. Sumber daya alam yang tersedia di Desa Pledokan dapat beragam karena memiliki berbagai jenis tanah yang subur dan cocok untuk berbagai pertanian, perkebunan dan bahkan wisata.

2. Kondisi Demografis

a. Jumlah Penduduk

Penduduk Desa Pledokan tersebar di tiga dusun, yaitu Dusun Pledokan, Dusun Kemuning, dan Dusun Ngaglik, dengan Dusun Pledokan sebagai dusun dengan jumlah penduduk terbanyak. Secara keseluruhan, jumlah penduduk desa ini adalah sekitar **1.428 jiwa**, terdiri dari laki-laki dan perempuan dari berbagai usia, profesi, dan latar belakang yang beragam Secara singkat pada penjelasan penduduk desa akan di jelaskan pada table berikut:

Table 4 Statistik Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

NO.	WILAYAH	JUMLAH
1	Laki-Laki	726
2	Perempuan	702
	Jumlah Total	1.428

Sumber: *Profil Desa Pledokan, 2024*

Perbedaan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan hanya selisih 26 jiwa dengan jumlah unggul laki-laki. Jumlah tersebut merupakan jumlah umum penduduk desa Pledokan dengan jenis kelamin. Melihat data statistik penduduk berdasarkan kelompok umur desa Pledokan adalah sebagai berikut:

Table 5 Statistik Penduduk Berdasarkan Usia

No	**USIA**		
1	*0 – 14 tahun*	363	Orang
2	*15 – 64*	667	Orang
3	***>65***	398	Orang

Sumber: *Profil Desa Pledokan, 2024*

Berdasarkan pengelompokan usia, Desa Pledokan memiliki jumlah penduduk usia produktif yang cukup besar. Dalam observasi singkat, peneliti menemukan bahwa bahkan penduduk berusia di atas 65 tahun masih aktif bekerja di ladang dan menggarap

tanah untuk mengisi masa tua. Terdapat sebanyak 667 jiwa yang bekerja dalam berbagai profesi, serta 363 jiwa yang merupakan anak-anak dan remaja. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penduduk Desa Pledokan memiliki potensi usia produktif yang memadai untuk membangun desa, baik dari segi perekonomian maupun kemasyarakatan. Menurut Alimin, selaku Kepala Desa Pledokan, petani kopi didominasi oleh usia 30 hingga 60 tahun, dan mayoritas dari mereka tergabung dalam kelompok tani.

b. Tingkat Perekonomian

Usia produktif di Desa Pledokan terlibat dalam berbagai profesi dan pekerjaan yang ada dalam masyarakat. Meskipun demikian, sebagian besar masyarakat desa ini memiliki pekerjaan yang serupa dan dominan. Potensi sumber daya alam yang melimpah dimanfaatkan sebagai cara untuk mengelola lingkungan sekitar. Kondisi alam yang sangat menguntungkan mendukung kegiatan berkebun. Berdasarkan observasi peneliti, perekonomian masyarakat desa ini terutama bergantung pada sektor pertanian dan berkebun. Jantung ekonomi masyarakat terdapat pada kopi, yang dibudidayakan sebagai sektor utama penopang perekonomian desa.

Kopi Pledokan merupakan salah satu produk kopi yang paling banyak memasok pasar di Sumowono. Kopi ini dijual dengan harga sekitar Rp27.500 per kilogram, namun harga tersebut bukan merupakan harga bersih yang diterima oleh kelompok tani di Desa Pledokan. Di desa ini terdapat sekitar 545 petani dan pekebun kopi, baik yang memiliki lahan sendiri maupun yang menyewa lahan untuk menanam kopi. Sebagian besar masyarakat Desa Pledokan bermata pencaharian sebagai petani atau pekebun. Selain itu, terdapat beberapa pekerjaan lain yang juga digeluti oleh masyarakat desa, seperti:

Table 6 Statistik Penduduk Berdasarkan Pekerjaan

NO	PEKERJAAN	L	P	JUMLAH
1	Belum/Tidak Bekerja	186	177	363
2	Mengurus Rumah Tangga		29	29
3	Pelajar/Mahasiswa	67	51	118

4	Pegawai Negeri Sipil	5	3	8
5	Petani/ Pekebun	273	272	545
6	Karyawan Swasta	52	59	111
7	Buruh Harian Lepas	5	1	6
8	Buruh Tani / Pekebun	2		2
9	Tukang Kayu	1		1
10	Tukang Jahit		1	1
11	Guru	2	5	7
12	Pelaut	1		1
13	Perangkat Desa	2	1	3
14	Wiraswasta	130	103	233
	Jumlah Total	726	702	1.428

Sumber : *Profil Desa Pledokan, 2024*

Berdasarkan data tersebut, petani dan pekebun kopi di Desa Pledokan memiliki jumlah yang seimbang antara laki-laki dan perempuan. Hal ini disebabkan kopi tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat setempat, tetapi juga memiliki pasar yang besar di wilayah Sumowono. Pemberdayaan kopi di Desa Pledokan telah dilakukan sejak tahun 2014 dengan meluncurkan merek dagang sendiri, yaitu Gumuk Dali. Inisiatif ini memperkuat posisi kopi Pledokan sebagai produk unggulan desa dan membuka peluang ekonomi bagi para petani dan pekebun setempat.

c. Pendidikan

Kesejahteraan masyarakat dapat dilihat dari tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh oleh warga desa. Di Indonesia, pemerataan pendidikan di desa-desa belum merata, sehingga desa-desa diklasifikasikan menjadi beberapa kategori, yaitu desa mandiri, desa berkembang, dan desa tertinggal. Berikut merupakan klasifikasi tingkat pendidikan masyarakat Desa Pledokan secara umum:

Table 7 Statistik Penduduk Berdasarkan Pendidikan Akhir

NO.	KETERANGAN	Jumlah
1	Tidak/Belum Sekolah	29
2	Belum Tamat SD	32
3	Tamat SD/Sederajat	322
4	SLTP/Sederajat	99
5	SLTA/Sederhana	60
6	Diploma I/II	1
7	Akademi/Diploma III/S	0
8	Diploma IV/Strata I	8
9	Strata II	1
	Strata III	0
	JUMLAH TOTAL	1.428

Sumber : *Profil Desa Pledokan, 2024*

Tabel di atas menunjukkan bahwa pendidikan tingkat SD dan SMP/SLTP menjadi mayoritas pendidikan penduduk Desa Pledokan, dengan jumlah yang jauh lebih banyak dibandingkan tingkat pendidikan lainnya. Orientasi masyarakat desa ini lebih cenderung untuk memenuhi kebutuhan dasar sehari-hari, sehingga sangat jarang yang melanjutkan pendidikan hingga strata 1 (S1). Sumber daya alam dikelola secara gotong royong antarwarga dengan pola kekeluargaan, sehingga muncul kecenderungan kemalasan untuk melanjutkan pendidikan. Menurut Waluyo, Ketua Kelompok Tani Kopi Desa Pledokan, rata-rata anggota kelompok tani adalah generasi tua yang masih kurang familiar dengan teknologi, sementara sebagian kecil berusia sekitar 30 tahun telah menyelesaikan

pendidikan hingga SMA. Di era sekarang, digitalisasi telah banyak digunakan sebagai sarana pemasaran, seperti melalui marketplace. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pendidikan yang kurang memadai berdampak pada lambatnya pemahaman masyarakat terhadap teknologi.

d. Sosial Keagamaan

Kondisi keagamaan suatu daerah memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Di Desa Pledokan, Islam merupakan agama yang dianut oleh hampir seluruh penduduk, sementara beberapa kepala keluarga yang beragama Kristen merupakan kelompok yang sangat minoritas. Sikap gotong royong dan menjunjung tinggi nilai-nilai agama menjadi hal penting bagi masyarakat desa ini. Dalam aspek kehidupan, agama menjadi pondasi untuk memiliki iman yang kuat serta pedoman dalam berbuat kebaikan antar sesama manusia dalam bermasyarakat. Hal ini terlihat dari wawancara dengan sekretaris Desa Pledokan, yang menyatakan bahwa penerapan ajaran Islam sangat nyata dalam kehidupan masyarakat. Kegiatan keagamaan seperti pembentukan majelis ta'lim, yasinan yang digelar setiap hari Senin dan Kamis untuk bapak-bapak dan ibu-ibu, serta perayaan acara besar Islam dan beberapa acara desa seperti sedekah bumi, tetap dilakukan dengan cara-cara Islam untuk memperingatinya.

Table 8 Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama

AGAMA		
Islam	1396	Orang
Kristen	32	Orang
Katholik	0	Orang
Hindu	0	Orang
Budha	0	Orang

Namun, menurut penjelasan lebih lanjut dari sekretaris desa, masyarakat Desa Pledokan masih melekat pada penghayat kepercayaan yang disebut Kawruh Kodratullah. Dalam kenyataannya, penghayat kepercayaan ini tidak meninggalkan identitas mereka sebagai Muslim, melainkan menggabungkan tradisi kepercayaan tersebut dengan ajaran Islam. Salah satu contoh perpaduan tradisi ini adalah Rabu Wekasan, yang biasanya identik dengan penggunaan sesajen sebagai upaya perlindungan dari malapetaka. Masyarakat Desa Pledokan mengadaptasi tradisi tersebut dengan menggantinya menjadi

berjanjen (shalawatan) dan mengaji di masjid sesuai dengan ajaran Islam. Keragaman ini bukan menjadi penghalang bagi persatuan masyarakat Desa Pledokan, melainkan justru menambah kekayaan khasanah sosial dan keagamaan di desa tersebut.

B. Profil Desa Pledokan

1. Sejarah Singkat Desa Pledokan

   Desa Pledokan merupakan kumpulan beberapa dusun, yaitu Dusun Ngaglik, Dusun Pledokan, Dusun Kemuning, dan dusun termuda yaitu Resowinangun. Desa ini diresmikan pada masa kepemimpinan Kepala Desa Bapak Sumantri, dengan Mbah Reso sebagai tokoh dan sesepuh desa. Sejarah berdirinya Desa Pledokan berawal dari sosok yang disebut *Bukak Citak* atau "yang membuka", yaitu Mbah Menek, yang pertama kali membuka lahan atau mbabat alas di wilayah tersebut. Konon, Mbah Menek mendirikan pemerintahan adat untuk mengatur dan mengurus kehidupan desa di wilayah yang mencakup Pledokan, Kemuning, dan Ngaglik. Ketiga wilayah tersebut kemudian memiliki pimpinan masing-masing. Namun, sebelum kemerdekaan Indonesia, ketiga pimpinan wilayah sepakat untuk menyatukan wilayah tersebut menjadi sebuah desa yang dinamakan Desa Pledokan dengan tiga dusun, yaitu Dusun Pledokan, Dusun Ngaglik, dan Dusun Kemuning. Hingga kini, Desa Pledokan tetap memiliki empat pimpinan di masing-masing dusun, dengan kantor administrasi desa yang terletak di Dusun Pledokan (Menurut Alimin, Kepala Desa Pledokan).

2. Visi & Misi Pemerintah Desa Pledokan
   a. Visi

      “Mewujudkan Desa Pledokan yang maju Maju, Mandiri dan Berbudaya, berlandaskan Gotong Royong dan Kelestarian Lingkungan.

   b. Misi
      i. Memperbaiki dan mengembangkan sarana prasana desa untuk mendukung kesejahteraan masyarakat
      ii. Mengembangkan UMKM, pertanian dan pariwisata lokal untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan warga
      iii. menyelenggarakan pelatihan dan pendidikan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat diberbagai bidang
      iv. mempertahankan tradisi, seni, dan nilai-nilai kebersamaan sebagai identitas Desa Pledokan

v. meningkatkan transparansi, akuntabilitas dan partisipasi masyarakat dalam mambangun desa
vi. menggalakan program penghijauan, pengelolaan sampah dan sumber daya alam yang berkelanjutan
vii. meningkatkan pelayanan kesehatan, sanitasi dan kebersihan lingkungan untuk masyarakat yang sehat dan sejahtera.

3. Struktur Organisasi Desa Pledokan



Pelantikan kepala Desa Pledokan, 2021.

Struktur organisasi kepengurusan pemerintahan Desa Pledokan sama seperti pemerintahan desa pada umumnya, yang terdiri dari kepala Desa yakni Bapak Alimin, dan terdiri dari sekretaris Bapak Subhi Fathul Anif, Ibu Liawati kaur Keuangan, Ibu Sripurwanti Staff teknis keuangan, Ibu Suparti Kaur Pembangunan, Bapak Istaim Kaur Pemerintahan, Ibu Endang Setiawati Kaur Kaur Kesra dan Bapak Juweni Kasi Umum. Kepala Dusun Ngaglik Bapak Untung, Kepala Dusun Kemuning Kepala Dusun Pledokan dan Kepala Dusun Resowinangun.

C. Profil Petani Kopi Desa Pledokan

Petani kopi merupakan masyarakat yang bekerja menanam, merawat, dan memanen kopi dengan menggunakan lahan milik sendiri sebagai kebun kopi. Mayoritas penduduk Desa Pledokan bermata pencaharian sebagai petani kopi, meskipun tidak semuanya bekerja secara penuh waktu. Petani kopi di Desa Pledokan umumnya terdiri dari kalangan orang tua dan petani muda. Para orang tua yang tidak lagi bekerja di bidang lain memilih untuk menggarap tanah karena potensi yang ada, sedangkan petani muda yang bekerja di bidang lain memanfaatkan waktu luang setelah bekerja untuk mengelola tanah demi menambah penghasilan (wawancara dengan Bapak Restu, 14 Juni 2024).

Komoditas utama Desa Pledokan adalah kopi, yang merupakan salah satu kopi dengan kualitas terbaik di Kecamatan Sumowono. Budaya minum kopi sangat melekat di kalangan

masyarakat Desa Pledokan, mulai dari lansia, orang tua, muda-mudi, hingga remaja. Udara yang dingin dan lingkungan yang lembap membuat kopi menjadi minuman yang cocok untuk menghangatkan tubuh. Kopi merupakan identitas masyarakat Desa Pledokan, karena selain menjadi sumber penghasilan, kopi juga disajikan sebagai minuman sehari-hari, suguhan untuk tamu, dan pada berbagai acara perayaan. Untuk meningkatkan kesejahteraan petani, muncul gagasan untuk membentuk kelompok tani sebagai wujud kerjasama.

Menurut draft Peraturan Menteri Pertanian Nomor 82/Permentan/OT.140/8/2013, kelompok tani atau poktan adalah kumpulan petani/peternak/pekebun yang dibentuk atas dasar kesamaan kepentingan; kesamaan kondisi lingkungan sosial, ekonomi, dan sumberdaya; kesamaan komoditas; dan keakraban untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha anggota. Atas landasan pemenuhan kebutuhan, kebiasaan mengkonsumsi kopi masyarakat desa dan kekerabatan antar petani kopi dan tujuan mempermudah petani untuk menghasilkan kopi dan pemasaran secara meluas (wawancara pada bapak Waluyo, 14 Juni 2024).

1. Kelompok Tani Desa Pledokan:

a. Poktan Suka Maju

Pada tahun 1985, perkumpulan petani kopi pertama yang resmi didirikan oleh Bapak Waluyo (56 tahun) dengan nama Suka Maju di Dusun Resowinangun dan Ngaglik. Perkumpulan ini didirikan atas dasar visi dan misi yang sama, yaitu keinginan untuk memajukan petani kopi serta mengenalkan kopi dari Desa Pledokan agar lebih dikenal oleh masyarakat luas pada masa itu. Inisiasi tersebut berawal dari musyawarah bersama saat perayaan panen kopi tahun 1985. Pada awal pembentukannya, kelompok tani Suka Maju hanya beranggotakan 25 orang dengan Bapak Waluyo sebagai pendiri sekaligus ketua pertama.

Pada awal terbentuknya, Kelompok Tani Suka Maju di Desa Pledokan belum merekrut anggota secara aktif karena belum mendapatkan kepercayaan penuh dari masyarakat setempat. Keanggotaan pada waktu itu didasarkan pada perkumpulan petani kopi yang sudah terbiasa berinteraksi secara sosial. Meskipun memiliki ikatan kekerabatan yang kuat, sebagian besar masyarakat masih enggan dan tidak memiliki keinginan untuk bergabung dalam Poktan Suka Maju. Baru pada tahun 2000-an masyarakat mulai berangsur-angsur bergabung hingga jumlah anggota mencapai 111 orang. Akibatnya, Poktan Suka Maju pun terpecah menjadi dua kelompok, yaitu Suka

Maju I yang berpusat di Dusun Resowinangun dan Suka Maju II yang berpusat di Dusun Pledokan (wawancara dengan Bapak Waluyo, 14 Juni 2024).

b. Poktan Suka Makmur

Latar belakang terbentuknya Kelompok Tani Suka Makmur adalah inisiatif dari kalangan perempuan untuk membentuk kelompok tani sendiri sebagai wadah bagi ibu-ibu yang merupakan petani kopi wanita, serta untuk kegiatan penjualan produk lain seperti jamu khas Desa Pledokan. Jika Kelompok Tani Suka Maju dibentuk pada tahun 1985, maka Kelompok Tani Suka Makmur didirikan pada tahun 2014. Jarak waktu yang cukup lama antara kedua pembentukan kelompok ini disebabkan karena pendiri dan ketua Kelompok Tani Suka Makmur merupakan anak dari pendiri Kelompok Tani Suka Maju.

Kelompok Tani (Poktan) Suka Makmur berlokasi di Dusun Ngaglik dan Resowinangun dengan jumlah anggota sebanyak 20 orang yang terdiri dari wanita paruh baya dan ibu-ibu. Kelompok ini terbentuk atas keinginan untuk mewadahi kreativitas dan mendorong kemandirian wanita di desa. Menurut Ibu Fatim (34), selaku ketua kelompok, Suka Makmur berkembang pesat berkat kerjasama yang solid di antara para anggotanya yang cakap dan rajin. Meskipun proses produksi kopi lebih banyak dikerjakan oleh Poktan Suka Maju, dalam hal pemasaran, Kelompok Tani Suka Makmur justru lebih gencar dan aktif, sehingga memberikan kontribusi penting dalam memperluas jangkauan pasar kopi Desa Pledokan.

Dengan adanya Kelompok Tani Suka Makmur, terjalin kerjasama yang menguntungkan bagi para petani kopi Desa Pledokan. Hal ini sejalan dengan cita-cita yang telah diusung sebelumnya, yaitu memajukan hasil kopi Desa Pledokan agar lebih dikenal di tingkat nasional maupun internasional.

2. Program Kerja

Gambaran Umum Gabungan Kelompok Tani:

1. Tujuan Kelompok Tani Desa Pledokan
   - Peningkatan produktivitas dan kualitas kopi anggota
   - Mengembangkan pemasaran hasil kopi secara meluas dan berkelanjutan
   - Memperkuat kelembagaan kelompok tani dan solidaritas anggota
2. Program Kerja:

a. Peningkatan Kapasitas Petani

- Budidaya kopi berkelanjutan (pemilihan bibit, pemupukan, pengendalian hama)
- Pasca-panen (pengolahan basah/kering, sortasi dan grading)

b. Pengembangan Produk dan Pemasaran

- Peningkatan mutu melalui sertifikasi produk
- Peningkatan pengemasan dan branding kopi desa

c. Strategi Pemasaran

- Pemasaran Offline (kemitraan, relasi perdagangan pada kedai/koperasi)
- Pemasaran digital (marketplace, media sosial)

BAB IV
UPAYA PETANI KOPI DESA PLEDOKAN DALAM MENGOLAH HASIL PANEN KOPI

A. Proses Tanam Kopi

1. Penanaman Kopi

Kopi jelas merupakan minuman yang sangat populer. Kedai kopi atau warung kopi muncul sebagai akibat dari popularitas minuman ini. Meskipun demikian, pada masa lalu, masyarakat pribumi hanya berperan sebagai pekerja di kedai kopi dan bukan sebagai penikmatnya. Budaya minum kopi pada waktu itu hanya dinikmati oleh kalangan atas Belanda, seperti pejabat kolonial, tentara, dan pedagang Belanda. Namun, seiring dengan perkembangan pesat produksi dan perkebunan kopi, harga kopi mulai menurun sehingga kopi menjadi lebih terjangkau dan dapat dinikmati oleh rakyat kecil. Meski demikian, menikmati kopi tidak serta-merta menjadi mudah bagi para petani kopi. Terlena oleh popularitas kopi, komoditas ini berubah menjadi objek perdagangan Belanda dengan sistem tanam paksa. Petani kopi pribumi dipaksa menanam bibit kopi, menyerahkan sebagian hak milik tanah mereka, hingga kondisi mereka menyerupai perbudakan. Usaha perkebunan kopi di daerah Jawa Tengah, Kota Semarang, dan Kedu mulai dikembangkan oleh Belanda pada abad ke-19 (Fitriani, 2023). Sejarah tersebut berhasil menjadikan kopi sebagai komoditas utama yang ditanam oleh masyarakat Kabupaten Semarang.



Sumber : Dokumentasi Pribadi 2024

Desa Pledokan di Kecamatan Sumowono, Kabupaten Semarang, merupakan salah satu penghasil kopi robusta dengan produksi rata-rata sebesar **1.617 kg per hektar**.

Angka ini lebih tinggi dibandingkan produksi rata-rata kopi robusta di Provinsi Jawa Tengah yang mencapai 1.200 kg/ha, serta produksi nasional sebesar 855 kg/ha. Produksi robusta di wilayah ini didukung oleh berbagai faktor produksi yang berpengaruh signifikan seperti luas lahan, jumlah pohon kopi, penggunaan pupuk kandang dan pupuk NPK, serta tenaga kerja, di mana tenaga kerja menjadi faktor paling dominan dalam meningkatkan produksi. Kondisi ini menunjukkan potensi besar Desa Pledokan dalam sektor kopi yang cukup baik untuk dikembangkan lebih lanjut (Isyariansyah, 2018).

Mayoritas petani kopi di Desa Pledokan menanam kopi jenis Robusta. Robusta merupakan salah satu jenis kopi yang cukup populer di Indonesia dengan nama ilmiah *Coffea canephora*. Istilah "Robusta" berasal dari bahasa Inggris, yaitu "robust," yang berarti kuat dan kokoh. Sesuai dengan namanya, cita rasa kopi Robusta cenderung kuat, lebih pahit, dan memiliki tingkat keasaman yang lebih tinggi (Khairul Anam, 2023).

Alasan petani Desa Pledokan menanam kopi jenis Robusta adalah karena jenis kopi ini sangat cocok dengan kondisi lingkungan dan cuaca setempat serta memiliki kualitas yang baik. Selain itu, kopi Robusta dipilih karena tingkat kesulitan dalam budidayanya relatif rendah. Budidaya kopi banyak dilakukan di Dusun Ngaglik dan Resowinangun, yang terletak di daerah berbukit dengan ketinggian yang menguntungkan bagi tanaman kopi. Kondisi tanah yang miring di kedua dusun tersebut membantu mengurangi gangguan dari ternak seperti sapi dan kambing yang dapat mengganggu pertumbuhan tanaman kopi, meskipun daun kopi bukan makanan utama bagi hewan-hewan tersebut. Kebiasaan peternak melepaskan ternak merumput secara bebas membuat tanaman kopi rentan terinjak dan mati. Selain itu, letak lahan yang tinggi dan miring memudahkan petani dalam proses panen raya.

Selain kemudahan panen, kemiringan lahan juga memberikan naungan bagi tanaman kopi sekaligus menjadi sumber pupuk alami. Tanaman sengon, yang sering ditanam sebagai tanaman naungan, sangat baik untuk kopi karena daunnya mengandung nutrisi yang diperlukan oleh tanaman kopi dan dapat mengurangi kebutuhan pemupukan organik (Winarno dan Darsono, 2019). Kondisi geografis dan praktik budidaya seperti ini menjadikan Dusun Ngaglik dan Resowinangun sebagai lokasi yang strategis untuk pengembangan kopi robusta di Desa Pledokan.

Proses penanaman kopi membutuhkan waktu yang cukup panjang hingga siap untuk dipanen. Tanaman kopi memerlukan waktu sekitar tiga tahun dari proses

perkecambahan bibit hingga berbunga dan menghasilkan buah kopi. Panen pertama biasanya dapat dilakukan pada tahun ketiga, sementara puncak panen (panen raya) terjadi pada tahun kelima hingga ketujuh untuk satu lahan petani. Tanaman kopi mampu tumbuh hingga usia 20 tahun dengan 4–5 kali panen raya selama masa tersebut (Rahardjo, 2021).

Masyarakat Desa Pledokan biasanya memilih untuk mengganti tanaman kopi apabila tanaman tersebut rusak atau mati akibat serangan hama. Namun, jika tanaman masih dapat bertahan hingga belasan tahun, maka akan dipertahankan sampai daun menguning dan batang pohon mulai tua. Ketahanan tanaman kopi sangat bergantung pada perawatan yang diberikan oleh petani. Meskipun musim tanam tiba, beberapa petani kopi tidak menanam kembali karena tanaman lama masih mampu menghasilkan kopi dengan kualitas yang baik.

Hal tersebut dijelaskan oleh bapak Juweni:

> "Kondisi tanah, perawatan dan cuaca harus cocok mbak kalo mau menanam kopi, kebetulan Pledokan enggak terlalu tinggi sekali dan dekat dengan dataran rendah jadi cocok buat Robusta, meskipun bisa di tanami arabika tapi perawatannya susah mbak harus lebih lagi kayak bayi"

> "Meskipun di tanam sendiri, syukurlah masyarakat banyak yang berhasil mbak. *ndak* ada pengalaman apapun seperti saya yang awalnya coba-coba untuk menambah pengahsilan tapi berhasil. Meskipun kayak asal-asalan nanam sendiri, *alhamdulillah* bisa berhasil, saya belajar lewat tutorial dari *youtube*. Bisa dibilang kopi Robusta asal cuaca dan lingkungan cocok bisa tumbuh, kecuali kopi arabika yang butuh perawatan ekstra."

Melalui penuturan beliau, dalam proses menanam kopi diperlukan ketelatenan dan kesabaran agar tanaman kopi dapat tumbuh hingga berbunga dengan baik. Lebih lanjut, Bapak Juweni menjelaskan bahwa kedalaman tanah yang tepat sangat mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan tanaman kopi. Penempatan tanaman harus dilakukan dengan cermat agar kopi dapat tumbuh secara optimal. Kunci keberhasilan panen kopi terletak pada proses perawatan yang meliputi pemupukan dua kali setahun. Selama masa penanaman, kondisi cuaca juga sangat penting; hujan yang terlalu sering dapat mengundang banyak hama pada daun kopi, sementara cuaca yang terlalu panas dapat menghambat pertumbuhan tanaman.

> “Selain menanam kopi, petani kopi juga menanam tanaman lain seperti rempah *kemukus* bahan pembuat jamu, pohon vanili dan juga pohon gula aren. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil yang cukup. secara keseluruhan, setiap kebun masyarakat yang menanam kopi pasti ada jenis tanaman yang lain (Juweni, Petani Kopi)”

> “Kalo nunggu kopi aja susah mbak banyak kebutuhan yang harus ditanggung apalagi petani kopi harus menunggu lama untuk panen jadi ya di siati dengan *tandur* tanaman herbal buat jamu sekalian, tanaman itu dipilih ya karena memiliki harga jual yang tinggi dan tanaman khas sini” (Juweni, Petani Kopi).

Dalam teori pilihan rasional Coleman (1994), **sumber daya** adalah alat atau potensi yang digunakan oleh aktor untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks petani kopi Desa Pledokan, kopi sendiri berperan sebagai sumber daya utama yang dipilih masyarakat karena kondisi geografis desa yang berada di perbukitan. Kondisi lingkungan ini secara tidak langsung membentuk keputusan rasional masyarakat untuk memilih menjadi petani kopi sebagai jalan utama dalam memenuhi kebutuhan dan tujuan ekonomi mereka.

Luas lahan yang digunakan untuk menanam kopi sangat bergantung pada kepemilikan pribadi masing-masing petani tanpa ada standar baku, sehingga pengelolaan lahan bersifat fleksibel. Tanah dan cuaca menjadi sumber daya alam utama yang dimanfaatkan secara maksimal secara berulang oleh masyarakat. Karena satu musim tanam kopi membutuhkan waktu cukup panjang, yakni 3-5 tahun untuk mencapai panen raya, petani kemudian mengelola tanaman lain sebagai penghasilan tambahan, seperti rempah-rempah jenis kemukus dan vanili, meskipun kedua tanaman ini cukup sulit dibudidayakan. Keputusan memilih kopi dan tanaman lain tersebut menunjukkan proses rasional dalam memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan keberlanjutan ekonomi keluarga petani.

Secara keseluruhan, teori Coleman menjelaskan bahwa aktor (petani) bertindak secara purposif dengan memaksimalkan penggunaan sumber daya (kopi dan lahan) yang mereka kendalikan demi mencapai tujuan yang dianggap paling menguntungkan menurut perhitungan rasional mereka. Keputusan ini tidak hanya didasarkan pada preferensi pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh keadaan sosial dan lingkungan setempat yang membentuk pilihan rasional dalam kehidupan sehari-hari petani kopi Desa Pledokan.

Alternatif pilihan kedua tanaman tersebut tidak hanya berfungsi sebagai tambahan penghasilan, tetapi juga sebagai tanaman tumpang sari yang cocok ditanam bersama kopi. Pemanfaatan lahan dilakukan secara optimal oleh masyarakat Desa Pledokan. Peluang untuk menambah penghasilan melalui penanaman tanaman lain merupakan pilihan yang rasional bagi petani kopi, mengingat kebutuhan ekonomi mereka. Coleman (1994) menjelaskan bahwa pilihan yang digunakan oleh aktor untuk memanfaatkan peluang sumber daya secara maksimal merupakan bentuk rasionalitas berdasarkan kebutuhan. Oleh karena itu, alternatif menanam tanaman lain juga merupakan bagian dari kebutuhan petani kopi Desa Pledokan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan mereka.

Proses penanaman kopi di Desa Pledokan biasanya dilakukan secara serentak oleh sebagian besar petani pada musim tanam untuk mencapai hasil yang maksimal. Meskipun tidak ada waktu penanaman yang pasti, masyarakat Desa Pledokan umumnya menanam pada bulan Juni hingga Agustus karena cuaca pada bulan tersebut masih sering hujan namun mulai masuk musim kemarau. Perawatan tanaman kopi muda sangat penting karena kopi pada usia ini rentan mati jika tidak rajin membersihkan rumput liar. Oleh karena itu, petani kopi Desa Pledokan memerlukan tenaga ekstra untuk menyiangi gulma, dan terkadang mereka menyewa buruh tani guna membantu proses perawatan tersebut.

2. Pra Panen

Peralihan dari penanaman menuju panen berada pada masa pra panen, yaitu tahap perawatan pohon kopi. Pada masa sebelum panen, perawatan tanaman kopi dilakukan dengan cara pemupukan, pengendalian hama daun kopi, serta pembersihan rumput di sekitar tanaman. Tanaman kopi muda memerlukan ketelatenan yang tinggi agar dapat tumbuh dengan baik, salah satunya adalah memastikan kondisi cuaca yang stabil. Curah hujan tidak boleh terlalu sering karena intensitas hujan yang berlebihan dapat menyebabkan daun kopi terserang hama secara masif, sehingga menghambat pertumbuhan tanaman kopi.

Pemupukan kopi dilakukan dua kali dalam setahun, yaitu pada bulan Maret dan Oktober. Pada kedua bulan tersebut, kondisi cuaca dianggap cukup stabil dengan adanya peralihan antara musim hujan dan panas, sehingga cocok untuk pemupukan pohon kopi muda. Petani kopi Desa Pledokan melakukan pemupukan secara serentak

untuk meminimalisir kerugian dan memperoleh hasil yang maksimal. Selain itu, mereka juga mengumpulkan iuran bersama untuk membeli pupuk dan pestisida.
Menurut bapak Waluyo (56) selaku ketua Kelompok Tani Suka Maju 1:

> "Setiap musim tanam di butuhkan sekitar 56 karung pupuk, masyarakat tidak serta-merta membeli pupuk secara perorangan melainkan melalui kelompok tani dan *patungan* antar petani untuk merinngankan biaya pupuk yang lumayan cukup mahal "

> "Saya biasanya butuh pupuk buat kopi jadi ngambil di bapak juweni selalu agen yang bisa beli patungan, jadi enak *ndak* terlalu membebani juga karena semua perawatan kopi jujur mahal mbak apalagi kalo *ndak* pulang modal kerasa banget pengeluarannya"

Pada masa pemupukan, Kelompok Tani Suka Maju menyediakan dana lebih dari 500 hingga 700 juta rupiah untuk kebutuhan pemupukan. Setiap kali pemupukan diperlukan sebanyak 56 karung pupuk, sehingga untuk dua kali masa pemupukan dibutuhkan 112 karung. Sistem pinjam yang diterapkan oleh kelompok tani ini dapat meringankan beban biaya pupuk bagi anggota kelompok tani Desa Pledokan. Meskipun sering kali ketua kelompok harus menanggung kekurangan dana secara pribadi, beliau bersedia melakukan hal tersebut demi kesejahteraan petani kopi.

Selama masa pemupukan, kegiatan yang biasanya dilakukan dimulai dengan penyiangan rumput liar di sekitar tanaman kopi serta pemeliharaan daun kopi yang terlalu rimbun. Daun kopi yang terlalu lebat dapat menjadi tempat berkembang biak bagi berbagai hama dan penyakit tanaman kopi. Faktor cuaca juga berpengaruh besar; intensitas curah hujan yang tinggi dapat menyebabkan tanaman kopi mengalami kerusakan akibat serangan hama. Daun kopi memegang peranan penting dalam proses pembentukan bunga kopi. Apabila daun kopi rusak karena serangan hama, kualitas dan kesempurnaan bunga yang dihasilkan pun akan menurun.

Menurut Bapak Juweni (60), masa perawatan adalah masa tersulit dalam proses budidaya kopi. Penentuan kualitas kopi sangat bergantung pada tahap perawatan tersebut. Jika upaya menumbuhkan pohon kopi serta menjaga daun dan bunga kopi dengan kualitas terbaik gagal dilakukan, maka harga kopi di pasaran akan menurun bahkan bisa anjlok. Penurunan harga ini tidak terjadi langsung saat pemasaran pertama, melainkan disebabkan oleh hilangnya kepercayaan konsumen pecinta kopi terhadap kualitas produk tersebut. Kualitas kopi dapat dilihat dari seberapa besar dan sulitnya upaya perawatan pra panen yang dilakukan oleh petani Desa Pledokan. Semakin rumit dan teliti perawatannya, semakin tinggi pula harga jual kopi yang diperoleh.

Tahap perawatan kopi oleh petani kopi desa Pledokan yakni:

a. Petani kopi di Desa Pledokan umumnya melakukan penanaman secara serentak pada musim tanam, meskipun tidak ada waktu khusus yang pasti untuk penanaman tersebut. Namun, masyarakat Desa Pledokan cenderung memilih periode bulan Juni hingga Agustus sebagai waktu penanaman karena pada bulan-bulan tersebut cuaca masih sering hujan sekaligus mulai memasuki musim panas. Kondisi cuaca yang bergantian antara hujan dan panas ini dianggap ideal untuk menunjang pertumbuhan bibit kopi muda agar berkembang dengan baik sebelum memasuki masa kemarau yang lebih kering.

   Selain itu, periode panen kopi di wilayah lain seperti di Kecamatan Sumowono, tempat Desa Pledokan berada, umumnya berlangsung sekitar bulan Juli hingga Desember, yang mengindikasikan adanya siklus pertanian yang teratur mengikuti perubahan musim. Praktik penanaman serentak ini juga bertujuan untuk memaksimalkan hasil panen dan meminimalisasi risiko kerugian akibat faktor cuaca atau hama.

   Hal tersebut disampaikan oleh bapak Untung:

   > "Sebenernya *ndak* ada waktu khusus mbak untuk menanam kopi secara bersama-sama dengan yang lain, *ndak* ada kesepakatan dari petani kopi juga untuk melakukan tandur bersama tapi karena cuaca yang baik itu bulan juli-agustus untuk kopi jadi ya kebetulan *nandur*nya barengan"

   > "*Nandur* buat petani kopi biasanya beda-beda ada yang Cuma untuk lahan kecil aja dan ada yang emang nanam buat perkebunan jadi *ndak* bisa sama buat petani kopi seluruh dusun di Pledokan. Kopi memang komoditas yang mayoritas ditanam masyarakat Pledokan tapi setiap ketentuan penanaman kopi ya sesuai banyaknya lahan milik pribadi dan tujuan menanam, bisa untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan sumber pendapatan atau bisa jadi untuk pemenuhan kebutuhan juga buat perkebunan"

b. Pada tahun kedua, masa peralihan dari bibit kopi menjadi pohon kopi merupakan tahap yang sulit dan penuh tantangan. Hama tanaman kopi seringkali menyerang daun kopi muda sehingga menyebabkan daun menjadi busuk dan rusak. Oleh karena itu, perawatan pohon kopi yang masih muda harus dilakukan dengan ekstra hati-hati karena tanaman pada tahap ini sangat rentan mati. Beberapa tindakan perawatan yang dilakukan meliputi penyiangan rumput liar, pemupukan tanaman kopi, serta pemotongan daun-daun kopi yang rusak untuk mencegah penyebaran hama dan

penyakit. Di Desa Pledokan, perawatan tanaman kopi pada tahap ini umumnya dilakukan secara individual tanpa adanya kerjasama antar petani. Meskipun ada kesepakatan patungan dalam pembelian pupuk, hal tersebut tidak berlaku selama masa perawatan karena biaya perawatan harus ditanggung sendiri oleh masing-masing petani. Masa perawatan tahun kedua ini membutuhkan tenaga kerja yang cukup banyak, sehingga sebagian petani kopi memilih untuk menyewa buruh tani guna membantu proses perawatan kopi agar dapat berjalan dengan baik.

Menurut bapak Waluyo

> "Kalo udah di tanam itu susah merawatnya mbak, apalagi yang nanamnya dalam jumlah banyak kayak mau bikin perkebunan, biasanya nyewa buruh merawat pohon kopi sekaligus lahan. *Ndak* semua tapi kalo luas kebun lebih dari sehektar bakal nyewa karena kewalahan kalo sendiri"

Selaku petani kopi Desa Pledokan yang memiliki perkebunan kopi yang luas milik pribadi, bapak Juweni mengatakan:

> "Saya ndak mampu sekarang kalo mau rawat kebun lagi yang berhektar-hektar mbak, kalo masa tanam dulu sebelum punya banyak kebun saya kelola sendiri sekarang sudah cukup berumur jadi hanya yang dekat-dekat rumah saya urus sendiri, sisanya yang punya saya di dusun lain dikerjakan sama buruh tani khusus merawat kopi. *ndak* ada aturan khusus harus spesialis petani kopi asal bisa mearwat tanaman dengan baik sudah cukup"

c. Pada tahun ketiga, tanaman kopi yang terawat dan tumbuh teratur mulai menghasilkan buah yang dapat dipanen. Meskipun biji kopi pada panen pertama sudah dapat dikonsumsi, kualitasnya belum menjamin layak untuk dijual di pasar domestik maupun diekspor ke mancanegara. Sesuai dengan penuturan bapak Restu:

> "Saya pribadi untuk kopi hasil panen pertama biasanya dikonsumsi sendiri sekeluarga mbak, dipilih yang bagus-bagus aja untuk dijual dipasar Sumowono. Biji kopi terbaik yang sudah saya pilah-pilih kemudian saya jual ke pasar Sumowono, *ndak* banyak mbak karena awal panen masih nyoba buat nyari yang terbaik sama letak salah nanam-nya. saya pribadi awal nanam waktu masa covid itu mbak soalnya dipecat dari pekerjaan saya. Awalnya *ndak* ada niatan untuk nanam kopi tapi kalo liat yang lain bisa memenuhi kebutuhan saya tertarik buat nyoba budidaya kopi"

Menurut Bapak Untung:

> "Selaku petani yang sudah lumayan lama jadi petani kopi, panen pertama saya kurang enak waktu itu mbak, sekitar tahun 2008 waktu pertama kali nanam dan *manen* hasilnya cuma dapat sedikit karena biji kopi banyak diserang hama dan rusak (tidak berbentuk biji kopi utuh).

Berdasarkan wawancara di atas, panen pertama pada tahun ketiga merupakan proses evaluasi terhadap cara penanaman. Hasil panen pertama oleh petani kopi Desa Pledokan dipilih secara selektif dan dijadikan bahan pertimbangan untuk penanaman berikutnya. Meskipun digunakan sebagai bahan evaluasi, penjualan hasil panen tersebut tetap dilakukan.

B. Panen Raya

Momen *panen raya* kopi di Kecamatan Sumowono berlangsung setiap tiga tahun sekali, biasanya pada bulan Juli hingga Agustus. Disebut *panen raya* karena seluruh wilayah Kecamatan secara serentak memanen biji kopi, terutama di Desa Pledokan yang menjadi pusat kegiatan panen raya di Dusun Ngaglik dan Resowinangun. Pada masa ini, para petani kopi bergotong royong memetik buah kopi yang telah matang, kemudian mengumpulkannya melalui kelompok tani Suka Maju. Setelah proses panen raya, hasil kopi dari Desa Pledokan mulai memasuki pasar lokal maupun internasional sekitar bulan November hingga Desember, menandai berakhirnya masa penantian panjang para petani untuk menikmati hasil kerja mereka.

Pada panen raya, terbagi menjadi beberapa dalam upaya memanen hasil panen kopi yakni:

1. Petik merah

Istilah **petik merah** berasal dari buah kopi yang berwarna merah ketika sudah siap dipanen. Dalam istilah lokal petani kopi Desa Pledokan, istilah **petik merah** lebih umum digunakan dibandingkan dengan istilah **panen raya**. Pada penghasilan kopi mentah, harga jual petik merah mencapai Rp15.000 per kilogram. Harga tersebut belum termasuk biaya pengolahan karena kopi langsung dipetik dari pohon. Fase petik merah berlangsung selama satu bulan atau tergantung kondisi cuaca. Meskipun bulan Juli hingga Agustus merupakan musim kemarau, di Desa Pledokan sering terjadi hujan tiba-tiba yang menyulitkan petani kopi untuk melakukan petik merah secara optimal. Hal ini disebabkan karena proses petik merah tidak menggunakan tenaga buruh atau mesin, melainkan dilakukan secara langsung oleh para petani kopi secara pribadi.

Proses ini memakan waktu tergantung luas lahan yang dimiliki oleh petani. Semakin luas lahan yang dimiliki, maka semakin lama proses petik merah berlangsung. Petani kopi Desa Pledokan, setelah masa petik merah selesai, memiliki beberapa pilihan sesuai dengan keinginan mereka, seperti yang dijelaskan dalam penuturan berikut:

> "Setiap petik merah banyak mbak yang menitipkan hasil panen kopi meskipun bukan anggota kelompok tani untuk di olah dan di jual sesuai dengan strategi kelompok tani mereka mempercayakan pada kelompok tani mbak, kayak investasi gitu jadi mereka menitipkan beberapa kilo di kelompok tani sisanya ada yang di jual sendiri" (Untung, Petani Kopi).

> "Biasanya kalo untuk di pake sendiri sama di titipkan ke kelompok tani beda mbak, kayak saya biasanya untuk di konsumsi sendiri petik merah sudah saya olah soalnya lebih harum, kalo untuk di titipkan ke kelompok tani baru itu di tunggu dulu soalnya biar ada nilai jualnya (Untung, Petani Kopi)"

Setiap petani kopi Desa Pledokan tentu memiliki pilihan yang rasional dalam mengolah dan mengelola hasil petik merah. Beberapa petani hanya memetik beberapa kilogram untuk dijual langsung kepada tengkulak, perorangan, atau konsumen di pasar Sumowono secara mandiri. Namun, sebagian besar petani menyerahkan hasil panen kopi kepada kelompok tani Suka Maju agar diolah oleh anggota kelompok tersebut, kemudian dipasarkan secara kolektif oleh kelompok tani Suka Maju.

> "Kalo musim petik merah banyak yang langsung jual panen nya ke tengkulak *mbak*, tapi ya banyak juga langsung *dipasrahini* ke kelompok tani karena tidak mau ribet. Saya salah satu yang langsung ngasih ke kelompok tani karena enak aja langsung ada yang urus" (Restu, Petani Kopi).
>
> "Musim panen *ndak*_semuanya langsung dijual, saya sendiri selaku petani kadang ada *disimpen* buat konsumsi pribadi. Bagi-bagi yang mana mau di jual karena *ndak* semua biji kopi baik untuk di jual, pilihan biji kopi terbaik pasti saya kasih ke kelompok tani, dititip ke koperasi sama langsung di jual sama *kulak*" (Restu, Petani Kopi).

Pemilihan tata cara penjualan berdasarkan penuturan di atas menunjukkan adanya rasionalitas yang disesuaikan dengan keinginan petani kopi. Tidak semua hasil panen dijual langsung, karena petani juga memilih untuk menyimpan sebagian dan menyesuaikan dengan kondisi yang mereka alami. Dengan demikian, setiap individu memiliki alasan yang valid berdasarkan keyakinan dan kebutuhan masing-masing.

2. Kopi Oce

Istilah **kopi oce** merujuk pada biji kopi muda yang belum matang dan masih berwarna hijau kekuning-kuningan. Kata *oce* berasal dari istilah lokal masyarakat Desa Pledokan. Panen raya biasanya dilakukan setiap tiga tahun sekali atau paling lambat lima tahun sekali. Kopi oce berada pada masa pra panen, yaitu periode menunggu buah

kopi yang berwarna hijau hingga mencapai tahap petik merah. Masa pra panen merupakan masa perawatan sekaligus masa panen kecil. Disebut panen kecil karena petani kopi Desa Pledokan sudah mulai menjual kopi mentah, meskipun jumlahnya belum banyak. Pra panen ditandai dengan munculnya bunga kopi yang telah berubah menjadi buah berwarna hijau. Pada masa ini, kopi yang masih mentah atau berwarna hijau bisa dipanen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan petani serta adanya permintaan dari konsumen. Menurut Bapak Juweni, kopi mentah memiliki nilai jual tersendiri.

Dalam penuturan beliau:

> "Kalau oce biasanya peminatnya memang lebih sedikit mbak, saya jarang nanya juga untuk apa oce-nya tapi ya ada meskipun ga sebanyak kopi petik merah atau kopi yang siap *roasting*" (Juweni, Petani Kopi).

> "O*ce* ndak banyak peminat mbak, memang ada beberapa yang minta untuk dikirimkan *oce* tapi jumlahnya sesikit dan jarang yang beli, mungkin masih awam untuk sebagian masyarakat umum, saya juga kurang tau, biasanya masyarakat sini jarang yang ngambil *oce* untuk di konsumsi pribadi lebih enak yang petik merah (Juweni, Petani Kopi)".



Sumber: Dokumen Pribadi 2024

Gambar di atas menunjukkan kopi oce yang telah dibersihkan melalui proses perendaman, limbang (pemilihan biji kopi terbaik dengan metode merendam dan membuang biji kopi yang mengambang karena memiliki kualitas jelek), penjemuran, dan pengelupasan kulit. Istilah **oce** atau **kopi oce** adalah sebutan lokal yang digunakan petani kopi Desa Pledokan untuk buah kopi yang belum matang dan sedang menjalani masa perawatan intensif pada tahun ketiga, namun sudah dapat dipanen jika ada

permintaan dari pembeli. Karakteristik kopi oce adalah kopi mentah yang berwarna hijau dan tidak melalui proses pemanggangan (roasting), hanya diolah hingga tahap pengelupasan kulit. Meskipun berupa kopi mentah, kopi oce memiliki peminat, bahkan beberapa konsumen membeli kopi oce dalam jumlah relatif banyak.

> "*Oce* banyak di minati oleh konsumen, saya juga kurang paham kenapa suka kopi yang masih mentah tapi bentuknya kayak kacang mbak, biasanya *oce* yang minta pasar dari luar negeri. Mungkin ada kegunaan lain dari khasiat kopi saya kurang tau, Cuma banyak yang minta bahkan sampai 100kg" (Waluyo, Petani Kopi).

> "Saya kurang tau mbak karena tujuan saya *tandur* kopi cuma untuk penghasilan tambahan jadi malah masih asing dengan istilah *oce*. Beberapa anggota kelompok tani ada yang jual tapi ndak banyak" (Restu, Petani Kopi).

Berdasarkan penjelasan kedua narasumber, kurangnya informasi dan pengetahuan mengenai kopi oce menyebabkan penjualan kopi ini tidak berjalan secara intensif dan minat dari petani kopi Desa Pledokan tergolong rendah. Terdapat peluang untuk pengembangan apabila ada inisiatif, namun hal tersebut belum dilakukan. Kopi oce memang merupakan kopi yang belum matang dan tidak diolah seperti kopi bubuk, namun secara istilah memiliki kemiripan dengan kopi hijau. Kopi hijau adalah kopi mentah dengan biji yang tidak dipanggang dan berwarna hijau, yang memiliki aroma serta rasa lebih ringan dibandingkan kopi yang telah dipanggang. Dari segi kesehatan, kopi hijau bermanfaat untuk memperbaiki komposisi tubuh penderita diabetes (Amalia, 2023).

Tindakan petani kopi Desa Pledokan dalam memanfaatkan peluang kopi oce dapat dikatakan masih kurang, terutama disebabkan oleh minimnya pengetahuan tentang kopi oce. Akibatnya, pemasaran kopi oce belum berjalan seperti kopi yang telah diolah menjadi kopi siap konsumsi. Menurut pandangan Coleman (1994), tindakan seorang aktor dilihat dari bagaimana ia mampu memberikan gagasan yang diterima oleh masyarakat secara rasional, dengan usaha minimal untuk memperoleh hasil maksimal. Namun, di Desa Pledokan belum terdapat gagasan yang membahas persoalan kopi oce untuk dipasarkan, serta belum ada inisiasi dari individu manapun yang melihat potensi kopi oce dan memberi gagasan terkait pengembangan perdagangan kopi tersebut.

3. Kupas Kulit Kopi

Tahap pengelupasan kulit buah kopi dilakukan secara manual. Lama proses pengelupasan bergantung pada kondisi cuaca. Biasanya dibutuhkan sekitar lima kali penjemuran atau sekitar 5–6 hari pengeringan biji kopi apabila cuaca mendukung, agar biji benar-benar kering sebelum digiling menggunakan mesin khusus pengupas kulit buah kopi. Pengelupasan kulit buah kopi ini dilakukan dengan cara tradisional dan manual karena harga mesin pengupas kopi cukup mahal.

Menurut Bapak Waluyo, dalam satu kali operasi mesin pengupas kulit kopi hanya mampu memproses sekitar 50 kg biji kopi. Mesin tersebut menggunakan tenaga diesel dan bahan bakar solar. Sementara itu, kopi yang terkumpul di kelompok tani Suka Maju dapat mencapai 1 ton. Mesin ini bukan mesin pengupas asli, melainkan hasil kreativitas petani Desa Pledokan untuk meringankan pekerjaan. Oleh karena itu, mesin ini memiliki keterbatasan kapasitas jika digunakan.



Sumber : Dok. Pribadi Tahun 2024

Foto di atas adalah mesin kopi yang di gunakan oleh bapak Waluyo (56) desa Pledokan untuk mengupas kopi. Pencanangan untuk membeli mesin kopi di lakukan oleh pemerintah desa sejak 2017 namun harga mesin kopi yang bisa mencapai 2 milyar sehingga di perlukan proposal pengajuan pembelian mesin pengupasan kulit kopi pada Dinas Pertanian di Jakarta.

> “Rencana pembelian mesin pengupas kopi, mesin penggilingan yang baru akan cair dananya pada tahun 2025 mbak, meskipun lama dari pengajuan ndak papa tetap di tunggu sama petani kopi karena sarana desa juga ndak cukup untuk jumlah kopi yang mencapai 1 ton” (Untung, Petani Kopi).

> “Lagi nunggu mesin kopi mbak untuk sekarang, jadi masih manual. Kayaknya pertengahan 2025 bakal ada hilal untuk dana mesin kopi doakan ya mbak. Soalnya pencanangan mesin udah lama juga, dari pemerintah desa sampai ke pemerintah pusat kementrian pertanian mengajukan proposal sudah sejak 2015 (Untung, Petani Kopi”

Dibandingkan dengan proses petik merah, pengelupasan kulit kopi memakan waktu lebih lama dan lebih rumit apabila dilakukan dengan tenaga manusia dan mesin berbahan bakar diesel. Setiap tahap dalam panen raya tetap memiliki konsumen tersendiri. Pada tahap pengupasan kulit, petani kopi Desa Pledokan memiliki pilihan untuk menyimpan kopi yang telah terkelupas dengan sempurna guna di-*roasting* sendiri atau menjual hasil pengupasan tersebut kepada tengkulak yang sudah menunggu. Harga kopi pada tahap ini mencapai Rp75.000 per kilogram. Harga tertinggi pada tahap pengupasan kulit disebabkan bukan hanya oleh waktu dan tenaga yang dibutuhkan, tetapi juga oleh usaha petani dalam memperoleh biji kopi terbaik selama proses pengupasan kulit.

> “Cuaca Pledokan sering berubah-ubah apalagi hujan sama panas gentian. Kayak gitu yang buat susah petani *mbak*, karena ya selain medan jadi basah (tanaman kopi berada di ketinggian) dan licin jadi terhampat jarak pandangnya. Banyak kabut kalo sudah hujan, dingin juga. Proses pengupasan dengan cara tradisonal agak sulit karena harus di *gejek* supaya kulitnya lepas sendiri, belum lagi kalo salah *jejek* banyak yang *tugel* jadi dua” (Esa, Petani Kopi).

> “Mesin yang ada dikelompok tani cuma satu jadi ndak bisa semua petani kopi minta tolong kupasin kulit kopi mbak, ya makanya harganya paling mahal mengingat prosesnya bikin capek kalo manual. Bisa berhari-hari apalagi kalo jumlahnya banyak terus cara ngambilnya juga ribet pasti lebih mahal lagi. Kayak lebih ke harga tenaga yang dihargai bukan harga kopi sebenarnya. Kalo yang muda biasanya nunggu sampe nggak ramai antri pake kopi kalo yang tua baisanya sabar dan mau pake cara manual” (Esa, Petani Kopi).

Usaha yang dikerahkan untuk mendapatkan biji kopi terbaik melalui proses manual memerlukan waktu yang cukup lama. Proses pengelupasan dapat berlangsung lebih lama apabila dilakukan secara benar-benar manual dan jika kondisi cuaca kurang mendukung. Berdasarkan wawancara di atas, tidak semua petani kopi memiliki kesempatan menggunakan mesin pengupas kopi karena mesin tersebut hanya tersedia di kelompok tani.

4. Roasting dan Sangrai

Proses *roasting* atau pemanggangan dalam pengolahan kopi cukup dikenal di kalangan pecinta kopi. Setelah tahap pengupasan kulit selesai, para petani kopi banyak yang menyimpan biji kopi dalam toples kaca berukuran besar agar sewaktu-waktu dapat melakukan proses *roasting* pada biji kopi pilihan yang telah lama disimpan. Semakin lama biji kopi disimpan, aroma dan rasa kopi akan semakin gurih. Berbeda dengan proses pengolahan lainnya, *roasting* hanya memakan waktu kurang dari 20 menit, meskipun durasi pemanggangan dapat disesuaikan dengan selera masing-masing.

> " Pada masa panen raya setiap tiga bulan sekali selalu ada pesanan yang minta di antar di Tangerang mbak, pemilik *café* meminta langsung sama saya untuk di kirimkan ke alamat tok namun maaf tidak bisa memberi tahu identitas pemilik café karena minta di rahasiakan" (Waluyo, Petani Kopi).

> "Biasanya kalo masyarakat suka *roasting* kopi saya ndak mbak, masih pakai sangrai soalnya lebih asem kopinya. Kalo di konsumsi sendiri lebih banyak sangrai daripada *roasting,* kalo di jual baru saya *roasting* karena sesuai permintaan kelompok tani dan pembeli juga" (Esa, Petani Kopi)

Peminat kopi pada berbagai tahap pengolahan bervariasi tergantung permintaan konsumen. Berdasarkan wawancara di atas, permintaan pembelian terjadi setiap tiga bulan sekali. Rata-rata jumlah permintaan konsumen berkisar antara 40–50 kg, tergantung kondisi kafe. Harga yang dipatok mencapai Rp65.000 per kilogram. Proses *roasting* menjadi penentu untuk mendapatkan biji kopi berkualitas terbaik. Biji kopi yang telah melalui tahap pengelupasan akan di-*roasting* oleh petani kopi, dengan kapasitas sekitar 10 kg per satu kali proses *roasting*.



Sumber: dokumentasi pribadi 2024

Berdasarkan foto di atas, terlihat biji kopi yang telah di-*roasting* namun belum disimpan dalam toples kaca. Umumnya, proses *roasting* dilakukan menggunakan mesin kopi yang memungkinkan *roasting* berlangsung dengan cepat. Untuk kepentingan penjualan, *roasting* lebih sering menggunakan mesin. Namun, bagi masyarakat yang menjadikan sebagian hasil panen untuk konsumsi pribadi, proses sangrai biasanya dilakukan menggunakan wajan.

> "Proses sangrai biasanya pakai wajan khusus cuma buat biji kopi. pertama untuk kopi petik merah langsung di goreng selama 15 menit. Proses pertama ini untuk memisahkan semua kulit kopi merah kalo udah kering gampang mbak buat di jemurnya"

> "Proses kedua agak lama ya, karena biji kopi yang warnanya putih sampai jadi coklat sesuai biji kopi yang sering diliat di café-café. Untuk waktu sendiri biasanya 30-1 jam. Lamanya proses karena pakai *pawon* tradisional sangrainya. Tiap petani punya tingkat kematangan masing-masing, saya pribadi pengennya sampai berbau wangi khas kopi dan warna coklat tapi ada yang sampai hitam karena katanya *pait-pait* gosongnya kopi itu enak" (Esa, Petani Kopi).

Proses sangrai menggunakan wajan berbeda dengan *roasting*. Pada *roasting*, biji kopi yang telah terkelupas dimasukkan ke dalam mesin *roasting* untuk diproses. Sedangkan pada sangrai, biji kopi masih dalam keadaan kering dengan kulitnya masih menempel. Proses sangrai dilakukan dua kali, yaitu pertama sangrai biji kopi yang masih berkulit, kemudian setelah kulit terkelupas sempurna pada sangrai-an pertama, biji kopi kembali disangrai untuk mencapai tingkat kematangan yang diinginkan.

5. Penggilingan Bubuk kopi



Sumber : dokumentasi pribadi 2024

Hasil akhir dari proses panen kopi adalah bubuk kopi berkualitas. Gambar di atas menunjukkan bubuk kopi yang dihasilkan oleh kelompok tani Suka Maju yang baru saja digiling. Bubuk kopi tersebut berasal dari jenis kopi Robusta yang memiliki rasa otentik. Kopi bubuk ini dibuat dari biji kopi terbaik saat proses roasting. Biji kopi berkualitas memiliki warna coklat pekat dengan aroma khas kopi, dan tidak gosong atau berwarna hitam.

Pada proses penyimpanan kopi yang sudah di-*roasting*, untuk mendapatkan aroma khas kopi yang lebih mantap saat disajikan, diperlukan waktu minimal penyimpanan selama 4 bulan. Hal ini berbeda dengan bubuk kopi. Bubuk kopi, baik yang dijual maupun digunakan, sebaiknya dikonsumsi secepatnya atau disimpan dalam toples kaca paling lama selama 4 bulan. Hal ini dikarenakan bubuk kopi memiliki kadar rasa yang akan berkurang seiring berjalannya waktu.

> " setiap bubuk kopi fresh dari penggilingan akan terasa asam alami dan gurih. Kalo udah lama jadi terasa pahit mbak, belum lagi bisa saja selama penyimpanan bubuk kopi kena kecoak atau kemasukan serangga yang baunya jadi gaenak dan mengubah ke-*authentic*-kan rasa alami kopi sendiri" (Waluyo, Petani Kopi).

> *"*bubuk kopi yang enak itu langsung di seduh mbak kalo dari penggilingan. Jadi lebih baik nyimpan biji kopi *roasting* daripada yang bubuk karena kalo sudah jadi bubuk makin lama di simpan jadinya ndak enak" (Restu, Petani Kopi)

Berdasarkan informasi dari wawancara, harga bubuk kopi yang dijual oleh petani Desa Pledokan memang relatif lebih murah, yakni sekitar Rp50.000 hingga Rp60.000 per kilogram. Hal ini dipengaruhi oleh penurunan kualitas rasa kopi yang tidak lagi autentik akibat masa penyimpanan yang terlalu lama. Oleh karena itu, kopi bubuk yang baik sebaiknya disajikan dalam kondisi segar, yakni digiling langsung saat akan dinikmati, bukan disimpan lama sebagai bubuk kopi.

Kopi bubuk khas Desa Pledokan dikenal dengan merek dagang **Gumuk Dali**, yang merupakan hasil olahan kolaborasi antara kelompok tani Suka Maju dan Suka Makmur. Meskipun kopi bubuk ini sudah siap jual, penurunan rasa dan aroma akibat penyimpanan yang lama menjadi faktor utama harga jual yang terbilang murah dibandingkan kopi jenis lain seperti kopi wulung yang bisa mencapai ratusan ribu rupiah per kilogram dalam bentuk bubuk.

Dengan demikian, meskipun bubuk kopi sudah menjadi produk akhir yang siap konsumsi, kualitas rasa dan aroma yang harus dijaga sangat memengaruhi

harga dan minat pasar kopi dari Desa Pledokan. Strategi pemasaran dan penanganan penyimpanan yang baik menjadi kunci untuk mempertahankan kualitas dan nilai jual kopi bubuk tersebut.

Upaya petani kopi Desa Pledokan dalam pengolahan kopi sebelum dan sesudah panen tentu melibatkan berbagai pilihan. Pilihan pertama adalah rasionalitas petani yang mempercayakan sepenuhnya proses pengolahan kepada kelompok tani yang ada di Desa Pledokan. Petani kopi di desa ini tidak hanya memiliki opsi dalam hal penanaman, tetapi juga pada setiap tahap pengolahan kopi, mulai dari kopi oce hingga kopi bubuk, yang memiliki kualitas berbeda sesuai kebutuhan pembeli. Namun, petani dapat memilih tahap pengolahan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, tanpa adanya dorongan dari pihak manapun.

Motif penjualan pada setiap tahap pengolahan kopi petani Desa Pledokan berbeda-beda. Meskipun harga yang ditawarkan pada tiap tahap pengolahan berbeda, dorongan untuk menjual olahan didasarkan pada rasionalitas yang dimiliki setiap petani. Dalam pembahasan mengenai upaya pengolahan hasil panen kopi, jika diterapkan teori Pilihan Rasional Coleman, terlihat bahwa para aktor memanfaatkan sumber daya yang tersedia dan berkolaborasi dengan motif utama memperoleh penghasilan. Meskipun terdapat kerja sama mulai dari proses penanaman hingga menjadi kopi bubuk, tiap tahap pengolahan tetap memiliki pilihan masing-masing yang disesuaikan dengan rasionalitas petani kopi Desa Pledokan.

BAB V
STRATEGI PETANI KOPI DESA PLEDOKAN DALAM MEMASARKAN HASIL PANEN KOPI

A. Branding Produk Kopi Pledokan

1. Kopi Pledokan

Definisi umum merek adalah nama produk yang dijual. Secara lebih khusus, menurut Knapp (2000), merek bukan hanya sekadar nama barang, melainkan juga merupakan internalisasi kesan-kesan, posisi khusus dalam benak konsumen, serta manfaat emosional dan fungsional yang dirasakan (brand). Merek tidak hanya tercetak di pabrik, tetapi juga terbentuk dalam pikiran konsumen. Brand merupakan bagian dari persepsi masyarakat, sedangkan merek adalah logo dan simbol yang terdapat pada kemasan suatu produk. Dalam sebuah usaha dagang, brand dan branding memiliki makna yang berbeda. Branding adalah proses pencitraan yang menciptakan kesan tertentu dalam masyarakat. Proses ini tidak terjadi secara instan, melainkan membutuhkan waktu agar masyarakat dapat menerima sebuah merek sebagai brand yang diakui dan memiliki citra yang kuat.

Jauh sebelum memiliki *branding* atau merek, petani kopi dari Desa Pledokan belum memiliki merek khusus pada kopi yang mereka jual. Sumber daya utama mereka, yaitu kopi, merupakan salah satu yang terbaik di Kecamatan Sumowono. Bersama dengan gula aren dan tanaman kemukus (tanaman herbal langka yang menjadi bahan pembuatan jamu), kopi menjadi kebanggaan masyarakat Desa Pledokan. Alam Desa Pledokan menyediakan sumber daya yang dapat dikelola sesuai dengan keinginan dan pilihan masyarakat setempat. Lingkungan sekitar memberikan petani kopi kebebasan untuk mengolah lahan menjadi kebun kopi sesuai dengan pilihan dan rasionalitas yang mereka miliki. Petani kopi memilih untuk menanam, mengolah, dan menjual hasil dari sumber daya unggulan yang mereka kelola, yakni kopi. Seperti penuturan bapak Waluyo:

> "Kopi bukan satu-satunya komoditas yang jadi ciri khas Desa Pledokan, tapi mayoritas yang banyak di tanam warga. Alasan khusus yang jadi pertimbangan ya karena adanya gagasan pemkab Semarang yang pengen kopi Semarang bangkit lagi kayak era zaman Belanda *mbak* dan adanya permintaan dari tengkulak Temanggung. Dari sejarahnya kopi kan memang udah ada sejak jaman perang *mbak.*"

> "Awal mula kopi menjadi salah satu penghasilam utama untuk masyarakat Pledokan yakni peluang yang diberikan dari penjualan dipasar Sumowono. Pada masa itu tahun jauh sebelum tahun 1985 kopi Pledokan menjadi salah satu kopi yang sudah menjadi pemasok tengkulak, sehingga meskipun dijual dalam jumlah yang besar nama kopi Pledokan tidak pernah dikenal pada kancah internasional (eksportir dari negara lain)"

Istilah **Kopi Pledokan** berasal dari masyarakat dan pasar di wilayah Sumowono. Secara umum, masyarakat awam melabeli kopi dari Desa Pledokan sebagai Kopi Pledokan, sebuah julukan yang diwariskan secara lisan dari mulut ke mulut dan telah menjadi langganan lama. Julukan tersebut muncul karena pada masa sebelum terbentuknya kelompok tani, petani kopi hanya menjual kopi tanpa memiliki hak merek dagang, sehingga nama Kopi Pledokan digunakan secara informal sebagai penanda asal kopi tersebut.

Dari waktu ke waktu, Kopi Pledokan tetap eksis dan dipasarkan khusus di pasar lokal, yaitu Pasar Sumowono. Para petani kopi di Desa Pledokan menekankan cara penjualan tradisional, yakni jual beli secara langsung, dengan tujuan menjaga kualitas kopi agar tetap dikenal serta meningkatkan penghasilan mereka. Meskipun telah muncul berbagai inovasi dan branding baru, Kopi Pledokan tetap bertahan dan kepercayaan masyarakat terhadapnya tidak berubah. Penjelasan bapak Untung:

> "Secara persaingan kita bersaing dengan kecamatan sebelah mbak kecamatan Jambu, tapi kuantitas lebih banyak Sumowono karena lahan yang di miliki jauh lebih luas Sumowono, kalo proses pengenalan kopi yang lebih di kenal dunia luar dari Jambu, nah makanya itu perlu kemajuan yang lebih lagi dari kecamatan sebelah. Alasan kenapa kadang-kadang masih pake nama Kopi Pledokan ya karena sudah dari dulu seperti itu dan memang di biarkan sebagai pengenal juga istilahnya kayak kopi Pledokan kopi Jambu gitu" (Untung, Petani Kopi).

> "Jualan kopi ya masih pakai car tradisional karena ada tempatnya sendiri jualan secara online ya itu pake kwt. Cara jualan ya seadanya mbak di pasar aja, sampai konsumen datang sendiri. Meskipun lama mbak buat jual lebih dari 100 kg tapi ya *pokoke* gitu kopi bukan kebutuhan primer jadi yang beli jarang sekali. Tapi kata yang beli kopi Pledokan enak, kaya rasa kayak asem dan gurih (Untung, Petani Kopi)"

Berdasarkan wawancara di atas, Desa Pledokan di Kecamatan Sumowono bukanlah satu-satunya wilayah penghasil kopi unggulan. Kecamatan Jambu juga merupakan pemasok kopi dengan kualitas yang setara dengan Kecamatan Sumowono. Pada tahun 2021, menurut data Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang, luas lahan

penanaman kopi robusta mencapai 1.153 hektare. Dalam perkembangannya, pasar lokal menghadirkan persaingan dagang yang ketat. Persaingan inilah yang menjadi motivasi bagi para petani kopi di Desa Pledokan untuk terus meningkatkan kualitas dalam berbagai aspek. Salah satu upaya yang dilakukan adalah mempertahankan nama Kopi Pledokan sebagai merek yang dikenal oleh warga lokal, serta tidak meninggalkan asal-usul kopi dari Pledokan.

Usaha yang dilakukan oleh para petani kopi di Desa Pledokan dalam meningkatkan kualitas kopi merupakan bagian dari konsep dalam teori pilihan rasional. Coleman (1994) menjelaskan bahwa usaha aktor dalam mengelola potensi sumber daya berada pada tingkat mikro dengan tujuan menyelesaikan permasalahan di tingkat makro menggunakan upaya seminimal mungkin. Dalam konteks petani kopi Desa Pledokan, peran aktor terlihat dari kemampuan mereka memanfaatkan peluang melalui penggunaan nama 'Kopi Pledokan' sebagai identitas produk. Meskipun belum memiliki merek dagang yang mampu bersaing secara luas, penggunaan nama tersebut memungkinkan Kopi Pledokan tetap eksis dan dikenal di kalangan pasar lokal, khususnya di Pasar Sumowono.

Pada masa sebelum Kopi Pledokan memiliki merek dagang, para petani kopi di Desa Pledokan hanya fokus pada kegiatan berjualan secara terus-menerus tanpa mempertimbangkan inovasi. Kondisi ini berlangsung cukup lama sehingga perkembangan Kopi Pledokan menjadi lambat dan kurang dikenal di luar wilayahnya. Meskipun terkesan stagnan, usaha yang dilakukan serta cara petani membangun branding Kopi Pledokan sebenarnya merupakan pilihan yang dianggap rasional oleh mereka, sesuai dengan kondisi dan kemampuan yang dimiliki pada saat itu.

2. Gumuk Dali

Fenomena merek dagang telah ada sejak lama dan menjadi salah satu syarat penting bagi pemilik produk agar dikenal secara lebih luas, bahkan hingga ke pasar global. Merek dagang bukan sekadar tanda pengenal, melainkan bagian dari strategi branding dan pemasaran yang ingin dibangun oleh pemilik produk. Dalam lima tahun terakhir, sejak masa pandemi, perdagangan daring (online) menjadi jauh lebih marak dibandingkan penjualan secara luring (offline). Perubahan ini mendorong perubahan kehidupan sosial di seluruh lapisan masyarakat dan berbagai profesi, termasuk para petani kopi. Para petani kopi harus cerdas dalam mencari solusi untuk menjaga keberlangsungan produk mereka, yaitu kopi. Sejalan dengan tuntutan zaman, petani

kopi perlu memikirkan strategi agar produk dan sumber penghasilan mereka tidak tertinggal zaman atau menjadi monoton. Petani kopi Desa Pledokan sepakat membahas perubahan yang diperlukan untuk produk kopi mereka dalam diskusi yang digelar oleh Kelompok Tani. Seperti penuturan bapak Waluyo:

> "Saya menjadi salah satu yang ikut menjadi saksi pendirian merek dagang Gumuk Dali mbak, karena anak saya yang mengusulkan ide tersebut. 22 juni 2014 waktu sebagai pendirian nama Gumuk Dali. Gumuk artinya gundukan pasir. Kayak kopi yang kalo sudah jadi kopi jadi mirip gundukan pasir"

> "Inisiatif dari anak saya sendiri buat mendirikan merek dagang yang nantinya bakal dipasarkan secara online. Kalo waktu itu ya facebook karena rata-rata orang Desa kan pakainya masih facebook dulu. Ya tapi masih minim banget sampe sekarang juga, karena kopi *ndak* kaya makanan yang bisa di buat kalo habis jadi pemasarannya masih di bagi-bagi"

Merek dagang **Gumuk Dali** terbentuk seiring dengan berdirinya kelompok tani baru, yakni Kelompok Tani Suka Makmur, yang menjadi penggagas nama brand produk sekaligus bertanggung jawab atas strategi pemasarannya. Sejak lama, ketika "Kopi Pledokan" sudah dikenal sebagai merek yang diciptakan oleh masyarakat pasar Sumowono, kelompok tani Suka Maju juga telah berdiri, namun fungsinya hanya sebagai pengepul kopi dari petani kopi Desa Pledokan. Tujuan pengepulan tersebut adalah untuk mengumpulkan hasil panen kopi guna dijual kembali kepada tengkulak. Pada awalnya, tujuan pengepulan hasil panen ini adalah untuk mempermudah dan mempercepat proses penjualan kepada tengkulak. Berdasarkan penjelasan ibu Esa:

> "Dulu tengkulak keliling pakai mobil *pick up mbak*, jadi kalo warga mau jualin hasil panen kopinya ya tinggal manggil tengkulaknya. Kalo ketinggalan yaudah *ndak* bisa jual. Kadang bisa sampai lama kalo nunggu tengkulak datang lagi baru bisa jual. Kalo mau cepet ya jual dipasar sumowono, disana juga ada tengkulaknya"

> "Cara penjualan ke tengkulak lama (mobil *pick up)* masih dipertahankan sampai sekarang sebagai cara pemasaran buat masyarakat, tapi bedanya yang masih aktif ya orang-orang tua usia lanjut. Sekarang meskipun udah jarang banget, tengkulak masih suka ada *mbak*. Kalo dulu bergantung banget sama tengkulak keliling sekarang *ndak* karena ada kelompok tani jadi lebih teratur dan cepet aja jualnya"

Gumuk Dali adalah merek dagang milik para petani kopi di Desa Pledokan. Kata "Gumuk" berarti gundukan pasir, sehingga secara filosofis nama "Gumuk Dali" dipilih

sebagai identitas yang memiliki makna khusus. Merek ini lahir dari hasil musyawarah para anggota kelompok tani Desa Pledokan. Inisiatif penciptaan merek dagang "Gumuk Dali" muncul seiring dengan maraknya penggunaan media sosial seperti Facebook pada tahun 2013. Namun, tujuan utama penamaan produk kopi ini bukan hanya untuk keperluan pemasaran secara global, melainkan juga sebagai upaya mematenkan dan memperkuat identitas Kopi Pledokan melalui branding baru yang dapat dikenal oleh masyarakat luas bahkan hingga pasar global. Menurut ibu Fatim selaku pendiri dan pemilik ide Gumuk Dali:

> "Sosial media waktu itu sudah marak dengan banyak iklan mbak, kayak banner yang digantung dijalan-jalan tapi bedanya ini di facebook dan kayak iklan di tv gitu *mbak* jadi saya terinspirasi dari dari iklan dan banner di facebook itu kok ada namanamanya, unik dan mudah diingat juga. Jadi saya mencoba membuat gagasan pembuatan merek dengan bapak (bapak waluyo, ketua kelompok tani suka makmur) dan akhirnya disetujui bersama waktu *rembug*"

> "Berlakunya nama Gumuk Dali sebagai merk dagang *ndak* lepas dari peran kelompok tani yang saya pegang sekarang yaitu kelompok tani suka makmur, kekompakan dari mereka yang kemudian mendirikan merk dagang meskipun dirintisnya sambil *nyambi* karena ibu rumah tangga. Kelompok tani yang saya pegang sekarang juga petani kopi wanita, selain aktif sebagai anggota kelompok tani mereka juga ibu-ibu posyandu dari pkk desa jadi ya gampang koordinasinya, kayak sekalian *mbak* udah sepaket"

Berdasarkan penjelasan bu Fatim iklan banner pada facebook membuat rasa penasaran dan keinginan untuk lebih dikenal secara luas ada karena ketertarikan kemasan dan nama produk. Citra "Kopi Pledokan" yang sudah terbentuk menjadi salah satu hambatan yang dihadapi oleh para petani, karena identitas baru sulit berkembang. Hal tersebut makin parah dengan lambatnya perkembangan teknologi yang masuk ke Desa Pledokan. Sejarah menunjukkan bahwa untuk menumbuhkan kesadaran akan perlunya perubahan, dibutuhkan waktu hampir 30 tahun guna memperkenalkan inovasi dan pemikiran baru kepada masyarakat setempat, semenjak berdiri kelompok tani pertama pada tahun 1985 baru kemudian ada gagasan baru di tahun 2014.

Kemajuan di Desa Pledokan cenderung berlangsung secara lambat. Kesadaran dan pemahaman terhadap teknologi bukanlah hal yang mudah dikuasai oleh para petani kopi, yang mayoritas terdiri dari bapak-bapak dan ibu-ibu. Sementara itu, peran remaja dan anak muda di desa tersebut lebih terbatas pada membantu orang tua mereka,

dengan kontribusi utama berupa tenaga, bukan pemikiran strategis atau inovatif terkait teknologi.

Dalam dunia merek dagang, branding merupakan syarat utama agar suatu produk dapat dikenal secara luas, baik di dalam negeri maupun di kancah internasional. Dalam kasus petani kopi Desa Pledokan, dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk munculnya gagasan mengenai nama merek dagang. Sejak berdirinya kelompok tani pada tahun 1985, belum ada upaya branding yang dilakukan pada masa itu. Fokus utama kelompok tani saat itu lebih diarahkan pada mempermudah dan mempercepat proses penjualan panen kopi, mempererat persatuan antarpetani, membangun kerja sama yang solid, serta berbagi pengalaman dalam budidaya kopi demi meningkatkan kesejahteraan bersama.

Tantangan zaman yang mengarah pada pasar global, tanpa harus menyentuh langsung lokasi kebutuhan, dijawab dengan berdirinya Gumuk Dali; sebuah langkah strategis yang diinginkan oleh semua petani kopi Desa Pledokan dalam menghadapi pemasaran. Seiring perkembangan pemasaran, strategi pemasaran yang dilakukan dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Pasar Lokal: penjualan di lakukan secara *offline* yang berada di pasar Sumowono
b. Pasar International: penjualan dilakukan oleh kedua kelompok tani (Suka Maju dan Suka Makmur).

Latar belakang berdirinya Gumuk Dali dalam segi pemasaran bukan hanya di dalangi oleh tuntutan zaman, *branding* kopi untuk lebih di kenal dan memiliki arah masa depan bagaimana kopi khas Desa Pledokan akan berjalan namun juga kerugian yang tidak sedikit karena kurang laku di pasaran lokal. Menurut pak Untung:

> "Pada masa berdirinya kelompok tani hanya untuk membentuk kesadaran petani mbak kalo kerjasama penting untuk dilakukan karena pasaran yang *anjlok* dan menawar sesuka hati tanpa memikirkan untung rugi dan keuntungan yang diperoleh petani kopi, dulu kalo nanam kopi sendiri ya diminum sendiri karena saking ga lakunya" (wawancara,Juni 2024)

> "Kesadaran kelompok tani awalnya hanya untuk anggota saja mbak tapi beberapa kali terjadi perubahan sistem dan peraturan sehingga akhirnya yang bukan anggota bisa ikut menitipkan penjualan kopi jadi kelompok tani jadi agen untuk penjualan kopi"



Sumber: dokumentasi pribadi 2024

Berdasarkan hasil wawancara, kuantitas kopi yang dimiliki para petani di Desa Pledokan melebihi jumlah yang mereka konsumsi sendiri. Dalam hal penjualan, volume kopi yang terjual sangat bergantung pada permintaan pasar. Kondisi ini mendorong munculnya rasionalitas di kalangan petani untuk menciptakan inovasi sebagai solusi atas berbagai permasalahan yang mereka hadapi. Inovasi tersebut menjadi langkah strategis dalam menjawab tantangan pasar sekaligus meningkatkan kesejahteraan petani kopi di Desa Pledokan.

Kreativitas dalam pengambilan keputusan yang ditunjukkan oleh para petani kopi Desa Pledokan — seperti memilih cara yang tepat untuk mempertahankan eksistensi kopi mereka di pasar lokal maupun internasional — merupakan bentuk rasionalitas sebagai respons terhadap perubahan keadaan. Dalam konteks ini, relasi sosial dan rasionalitas perlu digunakan secara bersamaan untuk menciptakan peluang demi kemajuan produk kopi serta peningkatan pendapatan para petani. Mempertahankan penjualan kopi di tengah persaingan ketat, khususnya di wilayah Jawa Tengah, bukanlah hal yang mudah. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi berkelanjutan terhadap metode penjualan dan strategi yang akan diterapkan di masa mendatang.

Gumuk Dali merupakan inovasi yang lahir setelah lebih dari 30 tahun Kopi Pledokan beredar di Pasar Sumowono. Perkembangan zaman benar-benar mengubah pola pikir masyarakat, termasuk para petani kopi di Desa Pledokan. Mengacu pada teori Coleman (1994), sebuah gagasan yang berasal dari seorang aktor harus dapat diterima oleh rasionalitas atau pola pikir masyarakat. Aktor dalam konteks ini bukanlah lembaga atau sekelompok orang, melainkan individu. Dalam kasus Gumuk Dali, nama

tersebut merupakan usulan dari Bu Fatim, pendiri Kelompok Wanita Tani (KWT) Suka Makmur, yang kemudian disetujui oleh seluruh petani kopi di Desa Pledokan.

B. Jaringan Pemasaran Offline

Marketing atau pemasaran merupakan istilah dalam dunia ekonomi yang merujuk pada berbagai strategi untuk menjual produk atau barang. Strategi pemasaran digunakan sebagai alat untuk menjangkau konsumen serta meningkatkan penjualan. Petani kopi di Desa Pledokan telah memanfaatkan berbagai pilihan strategi yang tersedia sejak lama, disesuaikan dengan kebutuhan dan rasionalitas masing-masing. Setiap strategi tentu memiliki kelebihan dan kekurangan, namun pilihan yang diambil oleh para petani didasari oleh pertimbangan rasional yang sesuai dengan kondisi dan tujuan mereka. Adapun strategi pemasaran yang digunakan oleh petani kopi Desa Pledokan antara lain:

1. Tengkulak

   Tengkulak atau kulak merupakan metode penjualan kopi tertua dan paling umum digunakan oleh petani kopi di Desa Pledokan. Produk yang dijual meliputi kopi Oce (kopi gelondong), biji kopi, dan bubuk kopi. Biasanya, tengkulak adalah pedagang biasa yang membeli kopi dalam jumlah besar dengan harga relatif murah, sering menggunakan sistem borongan. Sebagian besar tengkulak berasal dari Temanggung dan biasanya menetap di pasar atau datang langsung ke balai desa untuk menemui para petani, kemudian mengumpulkan petani yang ingin menjual hasil panen mereka.

   Sistem tengkulak ini memiliki beberapa dampak. Petani seringkali bergantung pada tengkulak, yang menetapkan harga rendah sehingga pendapatan petani menjadi terbatas. Dalam beberapa kasus, petani terjebak dalam sistem ijon atau kredit dari tengkulak yang bisa memperburuk kondisi ekonomi mereka. Meski demikian, sistem ini dipilih karena kemudahan dan akses yang lebih cepat bagi petani kecil yang tidak memiliki jaringan pasar luas atau modal besar.

   Secara tradisional, para petani kopi di daerah ini lebih memilih menjual kopi kepada tengkulak karena tidak perlu mengeluarkan tenaga, waktu, dan biaya tambahan, serta dapat melakukan tawar-menawar harga dengan pengepul yang sudah mereka kenal. Namun, hal ini juga membatasi potensi petani untuk mendapatkan harga yang lebih baik melalui jalur pemasaran lain seperti koperasi atau pasar digital.

   Berdasarkan penuturan Bapak Untung, tengkulak yang sudah menjadi langganan petani kopi Desa Pledokan adalah Bu Sus (nama samaran). Transaksi antara petani dan Bu Sus tidak memiliki pola yang tetap, melainkan tergantung pada permintaan pasar

dan ketersediaan stok. Rata-rata jumlah kopi yang dijual oleh setiap petani tidak melebihi 50 kg, karena harga yang ditawarkan oleh tengkulak tergolong rendah. Harga yang dipatok untuk kopi asal Desa Pledokan adalah Rp27.500 per kilogram, dan harga tersebut hanya berlaku untuk pembelian minimal 50 kg. Kondisi ini menyebabkan kerugian yang cukup dirasakan oleh petani. Pasalnya, proses penanaman hingga panen memerlukan biaya yang tidak sedikit, belum termasuk biaya perawatan terhadap penyakit tanaman dan kerusakan-kerusakan tak terduga, seperti tanaman kopi yang mati akibat terinjak ternak atau gagal tumbuh.

Pilihan petani kopi Desa Pledokan untuk menjual kepada tengkulak tidak terbatas pada Bu Sus saja; terdapat beberapa tengkulak lain yang juga menjadi alternatif. Namun, banyak dari mereka menawarkan harga yang lebih rendah, sehingga sebagian besar petani lebih memilih menjual kepada Bu Sus. Meskipun kerugian yang dialami cukup besar, sistem tengkulak tetap bertahan karena kebutuhan pangan yang mendesak. Inilah alasan utama mengapa banyak petani tetap bergantung pada tengkulak. Padahal, jika dibandingkan dengan harga pasaran umum, harga kopi per kilogram bisa mencapai Rp40.000 hingga Rp80.000 — hampir dua kali lipat dari harga yang ditawarkan oleh tengkulak.

Pada musim panen raya terakhir tahun 2019–2020, kopi yang dijual kepada tengkulak mencapai sekitar satu ton (menurut perhitungan kasar Bapak Untung). Namun karena pandemi global, harga kopi anjlok drastis, dan petani terpaksa menjual dengan harga murah demi memenuhi kebutuhan hidup. Jika pada waktu itu kopi tersebut dapat diekspor, maka potensi pendapatan yang bisa diperoleh diperkirakan mencapai hampir Rp900 juta.

> "Hasil panen tahun 2020 sangat disayangkan *mbak*, karena pandemi jadi tidak ada yang datang ke Pledokan tengkulaknya, mau dijual kepasar juga *ndak* bisa karena *lockdown* jadi bener-bener banyak yang rugi dan pada diminum sendiri *mbak*. Baru tahun 2021 itu mulai bangkit lagi sedikit-sedikit meskipun masih jarang yang datang tapi ada yang bisa dijual. Waktu sebelum pandemi malah sering datang itu karena kan sistemnya cepet-cepetan ya apalagi masih ada warga yang cuma jual ke tengkulak jadi siapa cepat dia dapat. Baru tahun 2022 setelah warga udah pada vaksin terus baru membludak permintaan dari tengkulak karena banyak dibutuhin"

> "Tahun 2022 perlahan perekonomian hidup lagi, banyaknya permintaan tengkulak karena café beroperasi, permintaan dari masyarakat luar negeri kayak Malaysia datang jadi bisa di jual secara global lagi. Peran jual beli dari tengkulak bisa perlahan-lahan menyembuhkan ekonomi masyarakat karena pandemic.

> Waktu itu ya mbak mau semurah apapun tetap dijual karena hasil panen yang membludak sebelumnya kan ditimbun dalam bentuk biji untungnya, awalnya saya sendiri mau saya jadikan bubuk tapi *ndak* jadi"

Berdasarkan penuturan Bapak Waluyo di atas, tengkulak memiliki dua fungsi utama. Pertama, peran tengkulak masih bertahan hingga sekarang karena petani membutuhkan dana primer seperti untuk makan dan kebutuhan dapur; meskipun harga yang diberikan murah dan menyebabkan kerugian, petani kopi Desa Pledokan tetap menjual kopinya. Kedua, tengkulak menjadi alternatif untuk menjual kopi secara cepat, karena mereka merupakan agen tetap yang datang setiap minggu sekali untuk membeli kopi secara *borongan* dari petani kopi Desa Pledokan.

Rasionalitas dalam memilih tengkulak sebagai media untuk menambah penghasilan menjadi hal yang mutlak bagi petani kopi Desa Pledokan. Kebutuhan primer manusia bersifat mendesak dan tidak dapat ditunda atau diganggu gugat. Oleh karena itu, pilihan yang diambil para petani sudah tergolong tepat dalam konteks situasi yang mereka hadapi. Selain itu, mereka tidak menjual seluruh hasil panen sekaligus, melainkan hanya sebagian sesuai kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Tengkulak atau kulak masih bertahan karena mampu memenuhi kebutuhan primer petani kopi di Desa Pledokan. Proses penjualan yang cepat, di mana petani langsung bertemu atau menyerahkan produk kopi kepada Bu Sus di Pasar Sumowono, membuat strategi pemasaran ini tetap bertahan hingga sekarang, meskipun harga yang ditawarkan tergolong murah.

2. Kelompok Tani (Poktan)

Gagasan paling mutakhir sekaligus wadah penyaluran aspirasi petani kopi dalam pemasaran kopi Desa Pledokan adalah melalui kelompok tani. Kelompok tani ini memegang peran penting dalam mengenalkan kopi khas Desa Pledokan, baik di pasar lokal maupun pasar internasional. Di Desa Pledokan, terdapat dua kelompok tani, dan masing-masing memiliki peran berbeda dalam hal pemasaran. Dari segi pembagian tugas, jobdesk dalam kelompok tani terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu:

a. Suka Maju

Kelompok Tani Suka Maju merupakan kelompok tani pertama yang didirikan pada tahun 1985. Pada awalnya, kelompok ini terdiri dari dua belas petani kopi sebagai anggota pertama. Selama perjalanannya, kelompok ini

mengalami fluktuasi jumlah anggota hingga pada tahun 2009 dibagi menjadi dua bagian, yaitu Kelompok Tani Suka Maju 1 dan Suka Maju 2. Pembagian ini dilakukan untuk memudahkan koordinasi antar anggota. Meskipun anggotanya berasal dari berbagai dusun, mayoritas berasal dari Dusun Ngaglik dan Resowinangun. Dengan adanya pembagian tersebut, diharapkan kegiatan kelompok tani dapat berjalan lebih efektif dan efisien di kedua dusun tersebut.

Kelompok Tani Suka Maju memiliki 56 anggota tetap. Sejak awal tahun 2000, jumlah anggota sering mengalami perubahan, namun sejak tahun 2009 hingga 2025, jumlah anggota tetap konsisten sebanyak 56 orang. Perubahan keanggotaan ini disebabkan oleh berbagai alasan. Menurut Bapak Waluyo, banyak anggota yang bergabung kemudian keluar dalam waktu singkat, biasanya karena mereka penasaran dengan tata cara kerja kelompok tani dan tidak sabar menunggu untuk memperoleh penghasilan yang besar. Padahal, kelompok tani masih dalam tahap merintis dan berusaha untuk lebih dikenal oleh dunia luar.

Penuturan Bapak Untung mengenai kelompok tani Suka Maju:

> "Pada awal berdiri cuma 12 anggota *mbak*, cari massa susah ya karena belum mau bergabung dengan banyak alasan. Orang *jaman* dulu skeptis sama hal-hal yang berbau perubahan. Dari jaman saya muda orang-orang lebih banyak merantau keluar kota kayak Jakarta, kalaupun masih dikampung halaman ya cuma ala kadarnya untuk *masarin* hasil jualannya sebagai penyambung hidup aja, mereka pikir kalo gabung ke kelompok tani buang-buang waktu".

> "Sebelum kepala desa terdahulu berganti dengan yang sekarang kelompok tani masih dipandang sebelah mata terbukti kurangnya perhatian untuk alat-alat pertanian kopi, salah satunya mesin giling kopi. sejak 2018 dengan pergantian kepala desa baru pencanangan buat mesin kopi sudah ada dan semakin lancar karena didukung, dan nanti September 2025 udah cair dana dari menteri pertanian, penantian panjang *mbak*, karena pengajuan dana udah dari 2020 tertunda dua tahun (2021-2022)".

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, kendala terbesar yang dihadapi adalah kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap kelompok tani, serta persepsi dan pengetahuan yang masih sempit mengenai peran kelompok tani. Dinamika perubahan yang terjadi dalam kelompok tani merupakan sebuah proses rasionalitas yang dimiliki petani, di mana mereka memilih antara merantau atau tetap menjadi petani kopi tanpa keterikatan pada kelompok tani. Oleh karena itu, sangat penting bagi kelompok tani untuk memberikan bukti nyata sebagai kelembagaan yang mampu memberikan solusi atas permasalahan pemasaran.

Mengacu pada gambaran program kerja kelompok tani, Kelompok Tani Suka Maju fokus pada ekspor kopi dan membangun relasi. Dalam konsep pemasaran yang dijalankan, Bapak Waluyo selaku ketua kelompok banyak mendapat tawaran ekspor dari negara-negara seperti Rusia, China, dan Malaysia. Dalam wawancara, Bapak Waluyo menuturkan:

> "Enggak banyak mbak untuk ekspor ke negara lain karena selain bea cukai permintaan untuk kopi Pledokan kalah *pamor* sama temanggung. masih jarang kami terima karena memang nggak kayak kabupaten Temanggung yang sudah pernah menang penghargaan jadi untuk ekspor atas nama kabupaten Temanggung, ya apapun peluang memajukan di ambil buat kelompok tani" (Juni 2024).

> "Saya biasanya dihubungi via chat sama yang mau beli kopi dari Pledokan *mbak*, untuk siapa yang chat maaf saya *ndak* bisa kasih tau, intinya agent ini yang biasa ekspor kopi ke berbagai negara, tau agent ya dari kenalan dan teman lama terus dikasih tau nomornya gitu. Biasanya chat minta berapa kilogram kopi terus dikirim pake mobil angkut barang, jadi selama ini saya jarang ketemu agent-nya langsung, cuma tau nomornya aja"

> " Cari eksportir juga susah *mbak*, persaingan dagang sama Kecamatan Jambu juga sering terjadi, ya di Kabupaten Semarang selain Sumowono ada Jambu yang juga penghasil kopi yang baik, untuk kecamatan Jambu unggul kuantitas sehingga meskipun ada kualitas yang sama tapi petani kecamatan Jambu memiliki lebih banyak peluang buat jual kopi. Potensi untuk dikenal kayak Kabupaten Temanggung bisa lebih besar tentu ada jika dibarengi dengan membangun relasi"

Berdasarkan wawancara tersebut, bentuk ekspor yang dijalankan oleh kelompok tani Desa Pledokan adalah pemasaran berbasis hubungan yang bertujuan membangun relasi. Relasi dalam program kerja kelompok tani ini tidak bersifat formal (misalnya membangun kerja sama dengan suatu kelembagaan tertentu), melainkan lebih berfokus pada permintaan pasar. Kegiatan ekspor sering dilakukan atas nama Kabupaten Temanggung, dengan transaksi yang berlangsung melalui komunikasi antara agen pengepul dari Kabupaten Temanggung dan Bapak Waluyo selaku ketua kelompok tani melalui chat WhatsApp, guna memperoleh pengakuan di kancah internasional. Meskipun demikian, kelompok tani juga sesekali mengirim ekspor kopi atas nama Kelompok Tani Desa Pledokan. Pilihan ini dimanfaatkan sepenuhnya oleh Bapak Waluyo dan anggota kelompok tani untuk menjual kopi hasil produksi mereka.

Bentuk pembagian kerja dalam kelompok tani tercermin pada strategi yang diterapkan. Kelompok Tani Suka Maju terdiri dari para bapak-bapak yang lebih fokus memanfaatkan sebanyak mungkin peluang tanpa terlalu memikirkan bagaimana kopi khas Desa Pledokan dipandang. Bagi mereka, membangun relasi dianggap lebih penting, karena selain berfungsi untuk mengenalkan kopi secara internasional, hal ini juga menjadi sumber tambahan penghasilan.

Kelompok Tani (Poktan) berfungsi sebagai agen yang menampung kopi dari petani, baik anggota maupun non-anggota. Jumlah kopi yang dikumpulkan tidak dapat dihitung secara pasti karena setiap petani memiliki kebebasan untuk menentukan berapa kilogram kopi yang akan dijual. Oleh karena itu, perhitungan jumlah kopi yang diterima pun berbeda-beda untuk setiap petani. Pada tahun 2017, sebelum pandemi, Poktan Suka Maju berhasil mengirimkan sebanyak 1,5 ton biji kopi ke Malaysia.

Kerugian yang sangat terasa mulai muncul sejak pandemi. Selain panen terakhir pada tahun 2020, banyak negara menghentikan ekspor biji kopi akibat kondisi tersebut. Hal ini menyebabkan penghasilan petani kopi anggota Poktan terganggu, dan selama beberapa tahun, Poktan pun tidak dapat berfungsi sebagaimana mestinya. Beruntung, sejak tahun 2021, pemasaran kopi mulai merambah ke dunia daring melalui platform WhatsApp, yang memungkinkan proses penjualan dilakukan secara online.

b. Suka Makmur

Secara spesifik, Kelompok Wanita Tani (KWT) Suka Makmur didirikan pada 22 Juni 2014 atas inisiatif Ibu Fatim, selaku ketua sekaligus pendiri, yang juga merupakan putri dari Bapak Waluyo. KWT Suka Makmur merupakan cabang dari Poktan Suka Maju dan menjadi pencetus ide Gumuk Dali sebagai merek dagang kopi Desa Pledokan. Jika pemasaran yang dilakukan Poktan Suka Maju lebih fokus pada ekspor dan pembangunan relasi, KWT Suka Makmur mengadopsi strategi pemasaran melalui platform daring seperti Instagram dan Facebook.



Sumber : Akun Desa Pledokan

Pemasaran kopi secara online sebenarnya sudah mulai dipertimbangkan sejak maraknya penggunaan Facebook, namun pada masa itu belum ada rencana konkret untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana dagang karena belum memiliki merek dagang resmi. Baru pada tahun 2015, ide untuk memasarkan kopi secara online mulai dilaksanakan. Meskipun demikian, pemasaran online belum dilakukan secara massif karena sebagian besar ketersediaan kopi masih dikelola oleh Poktan Suka Maju. Kelompok Wanita Tani (KWT) Suka Makmur, selain menjadi pencetus inovasi seperti merek Gumuk Dali, juga berperan sebagai solusi strategis untuk pemasaran kopi khas Pledokan di masa depan dengan mengadopsi platform daring seperti Instagram dan Facebook.

Menurut Ibu Fatim :

> "untuk pemasaran online sebenarnya sudah banyak di rencanakan mbak hanya saja dalam berbagai kendala jadi rencana yang mangkrak di lakukan karena ketersediaan kopi yang di pakai oleh poktan bapak.." (Fatim, Petani Kopi).

> "jaman pandemi itu mbak orang-orang kan masih menyimpan hasil panen untuk tahun 2017 jadi saking banyaknya jadi di konsumsi sendiri. Meskipun rencana pembuatan media sosial udah dari 2014 tapi kendalanya ada saja, sampe tahun 2022 baru ada inisiatif buat para petani mau nanam lagi soalnya lumayan kan dua tahun ndak bisa aktivitas bebas takut kena corona, baru setelah ada vaksin orang-orang mulai mau aktivitas lagi di kebun, sawah sama di pasar". (Fatim, Petani Kopi)

Ketersediaan kopi yang tidak selalu stabil memang menjadi salah satu hambatan utama dalam pemasaran secara online bagi petani kopi Desa Pledokan.

Banyak petani masih menjual kopi mereka kepada tengkulak terlebih dahulu, sehingga setelah kopi terkumpul di Kelompok Tani (Poktan) Suka Maju, jumlah biji kopi yang bisa dipasarkan secara online menjadi berkurang. Selain itu, kopi bukan tanaman yang bisa dipanen setiap tahun, sehingga fluktuasi produksi turut memperparah ketidakstabilan pasokan.

Hingga saat ini, belum ada solusi konkret yang berhasil mengatasi kondisi tersebut secara menyeluruh. Oleh karena itu, keberadaan Kelompok Wanita Tani (KWT) Suka Makmur sangat membutuhkan perhatian khusus dari pemerintah Desa Pledokan agar dapat berkembang lebih optimal. Dukungan ini penting untuk memperkuat kapasitas KWT dalam mengelola pemasaran online dan meningkatkan kestabilan pasokan melalui pembinaan petani serta pengembangan sistem produksi yang lebih terencana.

Dengan perhatian dan dukungan yang tepat, KWT Suka Makmur dapat menjadi wadah efektif untuk memasarkan kopi khas Desa Pledokan secara digital, sehingga potensi pasar yang lebih luas dapat dimanfaatkan secara maksimal meski menghadapi tantangan ketersediaan kopi yang tidak stabil.

Gumuk Dali dan KWT Suka Makmur telah memperoleh sertifikasi HACCP dan RA, yang mengakui mutu dan kualitas kopi mereka. Dengan sertifikasi tersebut, mereka seharusnya mampu bersaing di pasar lokal maupun internasional (Senda, 2021). Namun, peningkatan teknologi menjadi suatu hal yang sangat penting dan harus dikuasai oleh seluruh petani kopi Desa Pledokan. Meskipun terdampak pandemi, persaingan dagang yang ketat tetap memaksa para petani untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar dapat mempertahankan daya saing produk serta meningkatkan kualitas dan pemasaran kopi mereka.

Coleman (1994) menjelaskan bahwa situasi yang dihadapi oleh aktor yang memiliki permasalahan dapat diselesaikan melalui gagasan yang diterima secara rasional oleh masyarakat secara umum. Dalam konteks ini, implementasi kelompok tani di Desa Pledokan memerlukan keberanian untuk mengajukan gagasan inovasi, yang diusulkan oleh Bu Fatim selaku Ketua KWT Suka Makmur. Langkah selanjutnya, meskipun masih berfokus pada pemikiran aktor tersebut, memiliki dampak pada persoalan makro yang mempengaruhi seluruh petani kopi di Desa Pledokan. Salah satu upaya yang diambil adalah memperkuat pemasaran secara massif dan melakukan promosi besar-besaran. Dengan sumber daya yang

sudah dimiliki, yaitu kopi dan sertifikat yang sah, kontrol atas kualitas produk kini berada di tangan para aktor tersebut.

Perkembangan pemasaran melalui strategi online bagi petani kopi Desa Pledokan terhambat saat pandemi melanda, karena terbatasnya mobilitas yang sebelumnya berjalan normal. Selain itu, tidak adanya penanaman kopi dalam jumlah besar pada masa tersebut juga menjadi faktor penghambat. Oleh karena itu, petani kopi kembali menerapkan strategi yang pernah dilakukan sebelumnya, yaitu melakukan promosi online dengan cara yang mirip seperti saat awal pembuatan akun media sosial untuk memasarkan produk mereka.

3. Penitipan pada Koperasi dan Pasar

Penitipan produk pada koperasi dan pasar menjadi strategi alternatif yang dilakukan oleh petani kopi Desa Pledokan ketika mereka tidak memiliki pilihan lain untuk menambah penghasilan. Meskipun demikian, cara ini jarang digunakan karena peminatnya sedikit. Penitipan kopi pada koperasi kecamatan, khususnya, cukup sulit untuk dijual. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa koperasi di Kecamatan Sumowono lebih banyak dilirik oleh pembeli untuk produk kopi dengan merek dagang Dayang Sumbi, yang sudah lebih dikenal di pasaran.

> "Sebenarnya saingan dagang juga ada di kecamatan Sumowono sendiri mabk karena koperasi kecamatan juga memiliki merk dagang sendiri yakni kopi Dayang Sumbi dan setiap desa punya kewajiban untuk membeli sebanyak 2kg" (wawancara pada bapak Untung, Juni 2024).

> "Saya biasanya nitipin kopi mbak, tapi enggak banyak hanya sekitar 2-5kg saja karena sepi pembeli karena saingannya dari merk kecamatan sendiri" (Restu, Petani Kopi)

Sumowono dikenal sebagai daerah penghasil kopi, sehingga persaingan dalam perdagangan, termasuk tata cara penjualan, tidak dapat dihindari. Kebijakan yang diterapkan di pasar bertujuan untuk mensejahterakan petani kopi, terutama dalam aspek penjualan produk mereka. Pasar merupakan tempat transaksi jual beli barang, dan Pasar Sumowono menjadi pusat kegiatan ekonomi di kecamatan tersebut. Di pasar ini, para pedagang dari berbagai desa datang untuk menawarkan barang dagangan mereka, termasuk berbagai jenis produk, dengan kopi menjadi salah satu komoditas utama yang diperdagangkan.

Warung dan penjual kopi bukanlah hal yang asing di Pasar Sumowono, sehingga banyak petani kopi Desa Pledokan menitipkan bubuk kopi mereka untuk dijual. Namun, menjual kopi di pasar bukanlah perkara mudah, karena kopi bukan kebutuhan primer seperti beras atau lauk-pauk. Selain itu, penitipan kopi memiliki batas waktu, mengingat ketahanan kopi hanya sekitar empat bulan. Oleh karena itu, jumlah kopi yang dapat dititipkan baik pada koperasi kecamatan maupun di Pasar Sumowono sangat terbatas. Menurut Bu Esa, seorang petani kopi yang sering menitipkan bubuk kopi pada pedagang dan koperasi, kopi yang terjual sangat sedikit dan prosesnya memakan waktu cukup lama, sekitar satu bulan untuk menjual 10 kg kopi. Sebagian besar kopi yang dititipkan merupakan sisa dari hasil penjualan kepada tengkulak yang telah dikumpulkan di kelompok tani.

Pilihan yang diambil oleh petani kopi Desa Pledokan merupakan keputusan mandiri dari masing-masing petani. Setiap petani memiliki strategi penjualan yang berbeda, disesuaikan dengan kebutuhan dan pola pikir mereka sendiri. Meskipun terdapat berbagai cara untuk menjual kopi, para petani tetap berpegang pada rasionalitas atau pola pikir individu mereka. Secara sederhana, pola pikir yang didasarkan pada kebutuhan masing-masing dan tindakan yang sejalan dengan rasionalitas aktor tersebut mencerminkan dengan jelas teori pilihan rasional menurut Coleman (1994).

BAB VI
PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan Penelitian yang di Lakukan Dengan Judul "Pilihan Rasional Petani Dalam Pemasaran Hasil Panen Kopi (Studi Pada Petani Kopi Desa Pledokan Kecamatan Sumowono Kebupaten Semarang), maka kesimpulan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Upaya pengolahan kopi dilakukan secara kerja sama antar sesama petani. Keringanan biaya pada masa tanam dan panen juga dilakukan bersama guna meringankan beban masing-masing anggota. Petani kopi tidak hanya menanam dan mengolah menjadi biji kopi, namun juga membangun keakraban serta menjalin semangat gotong royong di antara mereka. Sebagai pekerjaan mayoritas, petani kopi memiliki jumlah anggota yang banyak sehingga dapat bergerak bersama menuju kemajuan. Selama masa pengolahan, kopi tidak hanya dijual dalam bentuk bubuk, tetapi juga sebagai kopi mentah dan biji kopi matang.
2. Pilihan strategi petani kopi tidak selalu didasarkan pada upaya memajukan kualitas kopi atau memperkenalkan produk mereka ke dunia luar, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan mendesak secara matang. Kebutuhan pangan selalu menjadi prioritas utama, mengingat kopi bukan tanaman yang dapat dipanen setiap tahun. Rasionalitas petani kopi lebih mengarah pada urgensi kebutuhan pokok; mereka senantiasa menimbang hal-hal yang paling penting untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, bukan untuk hal-hal yang bersifat lain. Kreativitas yang dimiliki petani tercermin dalam berbagai strategi pemasaran, antara lain penjualan untuk memenuhi kebutuhan hidup, penjualan dengan tujuan memperkenalkan kopi lebih luas, dan penjualan sebagai bentuk investasi yang dapat digunakan untuk kebutuhan mendadak. Orientasi pemasaran mereka selalu berfokus pada kebutuhan yang paling mendesak dan penting.

B. Saran

Berdasarkan Penelitian Yang Di Lakukan Dengan Judul "Pilihan Rasional Petani Dalam Pemasaran Hasil Panen Kopi (Studi Pada Petani Kopi Desa Pledokan Kecamatan Sumowono Kebupaten Semarang) ,peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut :

a. Bagi Petani Kopi

   Pilihan jumlah kopi yang dijual terbagi menjadi kebutuhan utama dan pemasaran secara kelompok. Penjualan kepada tengkulak sering dipertimbangkan karena proses

pencairan uang yang cepat, namun hal ini menyebabkan jumlah kopi yang tersedia untuk pemasaran menjadi berkurang. Akibatnya, penghasilan petani juga menjadi jauh lebih sedikit karena terburu-buru untuk menjual kepada tengkulak.

b. Bagi Kelompok Tani

Kreativitas yang terbentuk selama waktu yang lama merupakan inovasi di tengah anggota kelompok yang sudah tidak muda lagi. Namun, alangkah baiknya jika kreativitas tersebut juga melibatkan generasi muda untuk memberikan masukan terkait tantangan yang akan dihadapi di masa mendatang. Hal ini penting mengingat generasi selanjutnya sulit dipisahkan dari kehidupan yang erat dengan teknologi dan *gadget*.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian yang belum sempurna ini diharapkan dapat membuka peluang bagi penemuan topik baru apabila dikaji lebih mendalam oleh penulis lain, serta menjadi bahan perbandingan referensi untuk penulisan dengan tema serupa. Melalui penerapan teori yang sama, penelitian ini secara teoritis dapat memberikan jawaban atas rumusan masalah yang dikaji.

DAFTAR PUSTAKA

Arifianto, S. (2016). *Implementasi Metode Penelitian Studi Kasus Dengan Pendekatan Kualitatif* . Yogyakarta : Aswaja Pressindo.

Cholid Narbuko, A. A. (2015). *Metodologi Penelitian.* Jakarta: Bumi Aksara.

Coleman, J. S. (1994). *Dasar-Dasar Teori Sosial* . Ujung Beruang, Bandung: Nusa Media.

Coleman, J. S. (1994). *Foundation Of Social Theory* . Cambrigde: Harvard University Press.

Firmansyah, A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek : Planning & Strategy* . Pasuruan: Qiara Media.

Husain, A. (2019). *Ketahanan Dasar Lingkungan* . Makassar : CV. Sah Media .

Haryanto, S. (2016). *Sosiologi Ekonomi.* Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.

Idris, S. D. (2021). *Pembangunan Pertanian* . Yogyakarta : Deepublish Publisher .

Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif: Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif.* Yogyakarta : CV Budi Utama.

Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung : PT. Remaja Rosdakarya .

Ritzer, G. (2005). *Teori Sosiologi Modern* . Jakarta : Prenada Media .

Ritzer, G. (2014). *Teori Sosiologi Modern.* Jakarta: Kencana Prenadamedia Group .

Sarwono, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* . Yogyakarta : Suluh Media .

Setiyo Yuli Handomo, d. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat Pertanian.* Malang: UB Press.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods).* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: CV. Alfabeta.

Teguh Soedarto, N. H. (2022). *Kelembagaan Petani Kopi.* Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.

Umar Hafidz Asy'ari Hasbullah, d. (2021). *Kopi Indonesia* . Medan: Yayasan Kita Menulis .

Wijaya, U. H. (2020). *Analisis Data Kualitatif : Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan.* Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Wolf, E. R. (1983). *Petani Suatu Tinjauan Antropologis.* Jakarta : CV. Rajawali.

Bayu Prayogo, A. C. (2022). Pilihan Rasional Tukang Becak di Kawasan Malioboro pada Masa Covid-19. *Jurnal Sosiologi USK: Media Pemikiran & Aplikasi,* Vol. 16, No. 2, 204-214.

Bintarsih Sekarningrum, d. (2022). Peningkatan Kualitas Sebagai Modal Sosial Petani Kopi di Jawa Barat. *Jurnal SAWALA,* Vol. 03, No. 02 , 82-87.

Dian Syafira, S. H. (2020). Pilihan Rasional Masyarakat Surabaya Dalam Menggunakan Suroboyo Bus. *Paradigma, Vol. 9,* 1-21.

Eri Yusnita Arvianti, d. (2019). Gambaran Krisis Petani Muda di Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian : Agriekonomika,* Vol. 8, No. 2 , 168-180.

Fadhlan Jamil Putra, d. (2021). Pengaruh Motivasi, Lingkungan dan Pengalaman Pemuda Tani Dalam Melanjutkan Usahatani Kopi di Desa Kelurahan Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. *Jurnal Agrinika,* Vol. 05, No. 01 , 30-38.

Fahmi Anas, H. R. (2021). Aktivitas Petani Pada Musim Paceklik (Pilihan Rasional Petani Desa Wudi Kecamatan Sambeng Kabupaten Lamongan). *Madani,* Vol. 13, No. 03, 284297.

Fajar Arum Novia Lujinggan, S. H. (2020). Pilihan Rasional Petani Dalam Mengelola Lahan Hutan. *Jurnal Paradigma, Vol. 09, No. 01*, 1-20.

Hidayat, R. (2016). Rasionalitas : Overview Terhadap Pemikiran 50 Tahun Terakhir. *Buletin Psikologi,* Vol. 24, No. 2, 101-122.

Munadi. (2017). Urgensi Proteksi Pemerintah Terhadap Usaha Kecil Dan Menengah 9Studi Kasus Di Desa Pledokan Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang Provinsi Jawa Tengah). *POLITIKA*, Vol 8, No. 02, 30-41.

Nurul Khansa Fauziyah, S. C. (2023). Pemasaran Kopi Gayo Melalui Sektor Pariwisata : Analisis Sosiologi Pilihan Rasional. *Lasigo : Indonesian Journal of Tourism and Leisure,* Vol. 04, No. 01, 42-54.

Parama Satwika Ramadhan, d. (2021). Strategi Peningkatan Penjualan Kopi Arabica Jenawi Desa Anggrasmanis, Kecamatan Jenawi, Kabupaten Karanganyar, Provinsi Jawa Tengah. *JISER,* Vol. 03, No. 01 , 9-16.

Rejeki, S. (2019). Pilihan Rasional Petani Miskin Pada Musim Paceklik. *Analissa Sosiologi,* Vol. 8, No. 2, 185-212.

Risdawati Ahmad, O. P. (2019). Pilihan Rasional Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Kerajinan Sandal Topeng Malangan Dalam Menghadapi Masyarkat Ekonomi ASEAN. *Analisa Sosiologi,* Vol. 08, No. 01, 94-112.

Rosiana, S. A. (2023). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Dalam Menghadapi Perdagangan Kopi Dunia. *Jurnal Forum Agribisnis,* Vol. 13, No. 01, 1-11.

Sahrul Ari Irawan, d. (2023). Upaya Petani Kopi Desa Tertinggal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Di Kecamatan Tanjung Raja Kabupaten Lampung Utara. *Jurnal Agroinfo Galuh,* Vol. 10, No. 02, 1035-1052.

Sanudin, d. (2021). Kelembagaan Petani Kopi Di Desa Sukamanah, Sindangkasih, Kabupaten Ciamis. *Jurnal Agroforestri Indonesia,* Vol. 04, No. 02 , 81-90.

Siska Utami, A. H. (2022). Pilihan Rasional Petani Kelapa Di Desa Pengalihan Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Pendidikan Sosiologi,* Vol. 04, No. 03, 63-68.

Try Feby Wulandari, d. (2023). Pola Pemberdayaan Desa Sejahtera Astra (DSA) Pada Petani Kopi Robusta di Desa Muncar Kecamatan Gemawang Kabupaten Temanggung. *Jurnal Agrifitia,* Vol. 03, No. 01, 10-18.

Lestari, S. T. (2022). Peran Ganda Perempuan Dalam Menigkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Pada Perempuan di Desa Getas, Kecamatan Singorojo, Kabupaten Kendal) . *Skripsi* .

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Nuzulia Rohmah
NIM : 1806026068
Tempat, Tanggal Lahir : Riau, 12 November 1999
Alamat :Desa Mojolawaran RT 04/RW 02 Kecamatan Gabus Kabupaten Pati
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Program Pendidikan : S1 Sosiologi
Nomor Telp : 085129925265
Email : lianuzuliarohmah@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

No.	Sekolah	Tahun Lulus
1.	SD N 1 Simpang Rimba	2012
2.	SMP N 1 Simpang Rimba	2015
3.	MA Abadiyah	2018

C. Pengalaman Organisasi

No.	Pengalaman Organisasi	Tahun
1.	Osis SMP N 1 Simpang Rimba	2013-2014
2.	PMII Fisip UIN Walisongo	2018-2022
3.	HMJ Sosiologi UIN Walisongo	2020
4.	DEMA Fisip UIN Walisongo	2021
5.	Anggota FSC UIN Walisongo	2022

Dengan daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 21 Juli 2025



Nuzulia Rohmah

1806026088