



UPAYA PERUSAHAAN *ZHIBOND COFFEE* INDONESIA DALAM
MEMBERDAYAKAN PETANI KOPI RAKYAT DURJO
(STUDI DESKRIPTIF PADA KOMUNITAS KOPIJO DESA KARANGPRING
KABUPATEN JEMBER)

THE EFFORTS OF THE INDONESIAN *ZHIBOND COFFEE* COMPANY IN
EMPOWERING DURJO COMMUNITY COFFEE FARMERS
(Descriptive study on KOPIJO community in Karangpring Village, Jember
Regency)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial dan mencapai gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

Nurul Istiqomah

NIM 140910301041

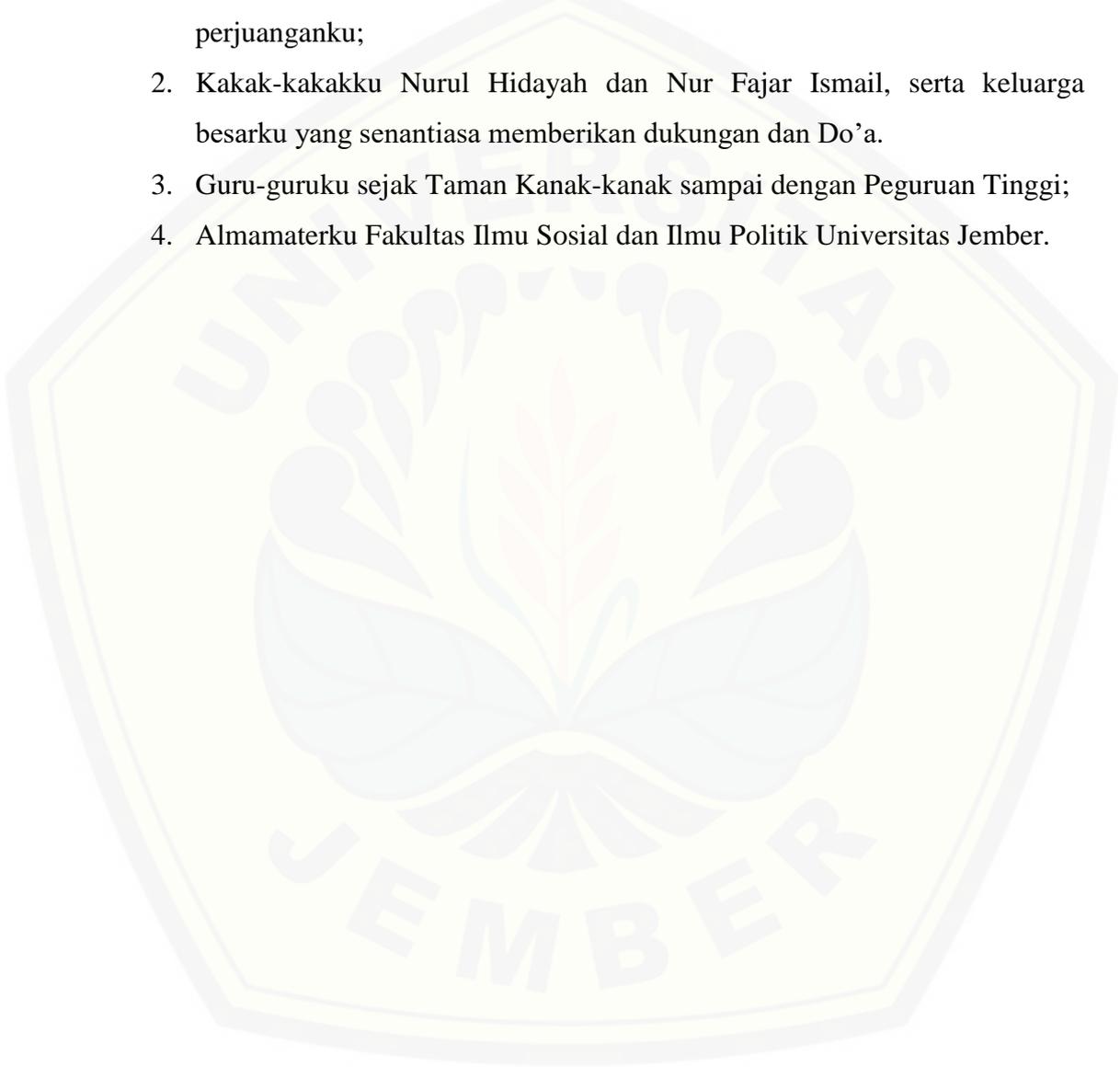
JURUSAN ILMU KESEJAHTERAAN SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER

2019

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Musri'ah dan tante Sholehati Bhakri pengganti ayahku yang senantiasa memberikan kasih sayang, motivasi, dan Do'a disetiap proses perjuanganku;
2. Kakak-kakakku Nurul Hidayah dan Nur Fajar Ismail, serta keluarga besarku yang senantiasa memberikan dukungan dan Do'a.
3. Guru-guruku sejak Taman Kanak-kanak sampai dengan Peguruan Tinggi;
4. Almamaterku Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.



MOTTO

“Barang siapa yang menghendaki kehidupan dunia dan perhiasannya, niscaya kami berikan kepada mereka balasan pekerjaan mereka di dunia dengan sempurna dan mereka di dunia itu tidak akan dirugikan. Itulah orang-orang yang tidak memperoleh di akhirat, kecuali neraka dan lenyaplah di akhirat itu apa yang telah mereka usahakan di dunia dan sia-sialah apa yang telah mereka kerjakan.”

(QS.Hud [11] : 15-16)¹

“Iman tanpa Ilmu bagaikan lentera di tangan bayi. Namun Ilmu tanpa Iman bagaikan lentera di tangan pencuri.”²

(Buya Hamka)

¹ Departemen Agama Republik Indonesia . 1998. *Al-Qur'an dan terjemahannya*.Semarang . PT.Kumudasmoro Grafindo

² <https://mutiaraislam.net/kata-bijak-mutiara-islam-buya-hamka/>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Istiqomah

NIM : 140910301041

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Upaya perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia dalam memberdayakan Petani Kopi Rakyat Durjo adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya dan hasil karya ini belum pernah diajukan pada institusi manapun serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan data kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, November 2019

Yang menyatakan,

Nurul Istiqomah

NIM 140910301041

SKRIPSI

UPAYA PERUSAHAAN *ZHIBOND COFFEE* INDONESIA DALAM
MEMBERDAYAKAN PETANI KOPI RAKYAT DURJO
(STUDI DESKRIPTIF PADA KOMUNITAS KOPIJO DESA KARANGPRING
KECAMATAN SUKORAMBI KABUPATEN JEMBER)



Oleh
Nurul Istiqomah
NIM 14090301041

Dosen Pembimbing
Drs. Syech hariyono, M.Si
NIP 195904151989021001

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Upaya perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia dalam Memberdayakan Petani Kopi Rakyat Durjo (Studi Deskriptif Pada Komunitas Kopijo Desa Karangpring Kabupaten Jember)” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, pada:

Hari dan tanggal :

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim penguji

Ketua,

Sekretaris

Dr. Purwowibowo, M.Si

NIP.195902211984031001

Drs. Syech hariyono, M.Si

NIP. 195904151989021001

Anggota I,

Anggota II,

Dr. Pairan, M.Si

NIP. 196411121992011001

Budhy Santoso, S.Sos., M.Si., Ph.D

NIP. 197012131997021001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Dr.Ardiyanto, M.Si.

NIP.195808101987021002

RINGKASAN

“Upaya Perusahaan *Zhibond Coffee* dalam memberdayakan petani kopi rakyat Durjo (Studi Deskriptif Pada Komunitas KopiJO Desa Karangpring Kabupaten Jember)”, Nurul Istiqomah, 140910301041 ; 150 Halaman, Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan menjelaskan tentang upaya perusahaan *Zhibond Coffee* dalam memberdayakan petani kopi rakyat di perum Milenia Blok 26E Jember.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan tentang upaya perusahaan dalam memberdayakan petani kopi yang bermitra dengan perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia melalui komunitas yang dibentuk yakni komunitas KOPIJO (komunitas kopi rakyat Durjo). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah petani kopi rakyat yang bermitra dan diberdayakan oleh perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia. Lokasi penelitian berada di desa Karangpring Kabupaten Jember.

Penentuan informan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive*, untuk Informan pokok berjumlah 4 orang dan informan tambahan 3 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi struktur, *Non Participant Observer* dan Dokumentasi. Setelah terkumpul dilakukan analisis data untuk mendapatkan kesimpulan. Pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Data yang terkumpul terkait upaya yang dilakukan perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia dalam memberdayakan petani kopi yang bermitra dengan perusahaan *Zhibond Coffee* tersebut guna meningkatkan kesejahteraan petani kopi yang tergabung dalam komunitas KOPIJO (kopi rakyat Durjo).

Hasil dan pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan perusahaan dalam memberdayakan petani kopi adalah dengan melakukan 7 tahapan pemberdayaan yakni: pertama tahap persiapan tahap persiapan waktu yang telah ditentukan adalah dilakukan dua kali pertemuan dalam

seminggu dan yang menjadi petugas pelaksana adalah pengurus komunitas KOPIJO. Selain itu penyiapan lapangan, perkumpulan ini dilakukan di rumah ketua pengurus KOPIJO bapak Selamat sesuai dengan kesepakatan bersama, Kedua tahap *Assesment*. *Assesment* ini dilakukan dengan diskusi para pengurus dan anggota mengenai masalah-masalah yang terjadi dan memberikan gambaran yang nyata mengenai kegiatan yang dilakukan serta keuntungan yang didapat dari kegiatan yang dilakukan, lalu minat masyarakat dalam hal ini dari antusiasme yang ada dari respon masyarakat juga diperhatikan untuk melihat seberapa besar partisipasi petani kopi dalam kegiatan yang dilakukan.

Ketiga tahap formualse aksi, kegiatan penyelesaian yang dilakukan yakni dengan meningkatkan kualitas produk dan memutus mata rantai pemasaran. Kedua kegiatan penyelesaian ini sudah merupakan rencana formulasi aksi yang dilakukan perusahaan. Yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas produk ini adalah dengan upaya-upaya budidaya kopi dari sebelum, sedang dan pasca panen dilakukan dengan benar sesuai arahan petugas pelaksana. Sedangkan untuk pemutusan mata rantai ini gunanya memperpendek arus yang dilakukan petani kopi.

Sehingga petani kopi tidak lagi menjual kopi kepada pengepul dengan harga yang relatif rendah dan keterlibatan mereka disini dapat berperan lebih besar tanpa ada pihak lain seperti pengepul lagi, tetapi langsung pada perusahaan dengan mitra yang dilakukan. Keempat tahap alternatif program, Bentuk yang dilakukan dalam peningkatan kualitas produk ini adalah pelatihan sortasi biji, sedangkan bentuk yang dilakukan dari memutus mata rantai adalah penguatan basis hulu-hilir. Dari Kedua kegiatan ini ketika sudah mencapai kesepakatan maka dilakukan proses selanjutnya yakni pelaksanaan kegiatan.

Kelima tahap pelaksanaan program: pelatihan yakni pelatihan sortasi biji kopi dan memaksimalkan proses dari hulu hingga hilir yang di dalam proses tersebut terdapat rantai pasok dan rantai nilai. Pelatihan sortasi biji kopi tidak hanya brfokus pada sortir biji kopi saja tetapi juga pelatihan dengan pemberian materi/pengetahuan mengenai proses pemilihan bibit, pemupukan, penanaman, panen dan pasca panen, *grinder* dan penjemuran. Pelatihan ini dilakukan agar

petani kopi mengetahui bahwa menghasilkan biji kopi terbaik untuk meningkatkan harga dari penjualan kopi itu penting dilakukan, sehingga petani kopi mau bermitra dengan perusahaan *Zhibond Coffee* melalui komunitas yang dibentuk oleh perusahaan. Pelatihan ini bermanfaat khususnya untuk petani kopi. Karena dengan pelatihan ini petani kopi menjadi terampil dalam membudidayakan kopi menjadi biji kopi kualitas baik.

Selanjutnya Proses bagian hulu adalah proses yang dilakukan petani kopi dan didampingi perusahaan *Zhibond Coffee* setelah pelatihan dilakukan pada tahap awal sesuai dengan kondisi di lapangan. Dalam proses ini perusahaan *Zhibond Coffee* berupaya meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan petani kopi melalui pemberdayaan. Kegiatan pemberdayaan petani kopi tersebut perlu dilakukan dengan menggali potensi-potensi memberikan arahan kepada petani kopi agar dapat memelihara kopi dengan sebaik mungkin sehingga menghasilkan biji kopi dengan kualitas terbaik.

Sedangkan pada proses hilir yakni memaksimalkan rantai nilai. Dalam hal ini yang berperan penting adalah perusahaan *Zhibond Coffee*. Pemilik perusahaan beserta karyawannya mengupayakan mengolah kopi dari proses *roasting*, *barista*, *design* kemasan, pengemasan, sampai pada konsumen. Agar konsumen tertarik dan berlangganan dengan perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia. Tidak berhenti pada proses mengolah saja. Kemasan mentah juga dibuat oleh perusahaan untuk di ekspor keluar negeri seperti Jepang, Korea, Cina, dan Jerman. Selain itu juga kemasan di taruh di toko pusat oleh-oleh khas Jember dan Malang. Sedangkan Olahan matang disajikan di kedai anakan perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia yakni perusahaan Kopi Rakyat Indonesia dengan kedai bernama *coffee house* Kopi Rakyat Indonesia. Keenam tahap evaluasi kegiatan dan terakhir adalah tahap terminasi yakni perusahaan memutuskan hubungan secara formal dengan petani kopi, namun secara informal mereka tetap berhubungan sebagai mitra yang saling menguntungkan.

Adapun hasil dari pelaksanaan tahapan kegiatan ini petani kopi menjadi berdaya. Artinya mereka sudah terampil dalam memilih dan memilah biji kopi yang berkualitas. Mereka terampil dalam budidaya kopi dari sebelum panen pada

proses pembibitan, pemupukan hingga panen serta setelah panen. Selain itu mereka mengerti peranan mereka dalam basis hulu hilir yang diterapkan perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia.



PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada umat di seluruh alam semesta. Sehingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Upaya perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia dalam memberdayakan Petani Kopi Rakyat Durjo (Studi Deskriptif Pada Komunitas Kopijo Desa Karangpring Kabupaten Jember)”. Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada berbagai pihak atas segala bantuan, kerjasama dan kontribusi pemikiran yang diberikan. penghargaan serta rasa terimakasih penulis sampaikan setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Ardiyanto, M.Si., selaku dekan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas jember.
2. Dr. Pairan, M.Si selaku ketua jurusan ilmu kesejahteraan sosial
3. Drs.Syech Hariyono M.Si, selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing skripsi atas segala ilmu, motivasi, nasihat dan bantuan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini
4. Seluruh dosen jurusan ilmu kesejahteraan sosial yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini
5. Seluruh staf akademik dan kemahasiswaan terutama Mas Rizky selaku operator jurusan terimakasih atas bantuan dan kejasamanya
6. Ibundaku tercinta, Ibu Musri'ah yang telah memberikan motivasi, semangat, kesabaran, pengorbanan tanpa batas, dan selalu memberikan doa terbaik untuk anak-anaknya. Dan terimakasih untuk tanteku Sholehati Bakri pengganti ayah yang turut andil dalam proses perjuanganku hingga terselesaikannya skripsi ini, terimakasih atas semangat, dukungan secara materil ataupun non materil, dan pengorbanan tanpa batas.
7. Kakak-kakak ku tersayang, Nurul Hidayah dan Nur Fajar ismail, terimakasih atas kesabaran dan dukungan hingga akhir perjuanganku.

8. Guru-guruku ngaji, madrasah, SD, SMP, dan SMA, dan pimgama terimakasih atas doa dan dukungannya
9. Sahabat-sahabatku di rumah Hilmiyah, dan Eni Nurlita yang selalu menyemangatiku dan menerimaku apa adanya
10. Sahabat-sahabatku di bangku SMP hingga saat ini Ani Sulistyowati S.Kep, Fitriatul Qoyyimah, Tyas Ayun A, Abdur Rohman, Fendi Rudiyanto, dan teman-teman yang lain terimakasih atas semangat dan dukungannya
11. Sahabat-sahabatku di bangku SMA hingga kini Riskika Nurlaily, Aisyah Hidayatullah, Fina Amy K, Novita Eka dan Sinta Putri Octavia S.H, terimakasih atas semangat, kerjasama, dan bantuannya
12. KKN 23 Arjasa Situbondo, Sri Ariani, Emil, Ina, Ririn, Irma, Drajad, Fatur, Arif, dan Danang, terimakasih untuk kerjasamanya selama 45 hari
13. Sahabat kuliahku Aida Indi P terimakasih telah menerima kehadiranku untuk saling berbagi suka duka masa kuliah hingga selesainya skripsi ini dan Teman-teman seperjuangan jurusan ilmu kesejahteraan sosial 2014 Universitas Jember yang tidak dapat disebutkan satu persatu
14. Seluruh informan yang telah meluangkan waktu dan bersedia untuk memberikan informasai yang dibutuhkan oleh penulis. Terimakasih atas kerjasamanya.

Sebagai manusia yang tidak luput dari salah, penulis tentunya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Harapan yang tiada henti sang penulis adalah adanya kritik dan saran dari berbagai pihak guna penyempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Penulis

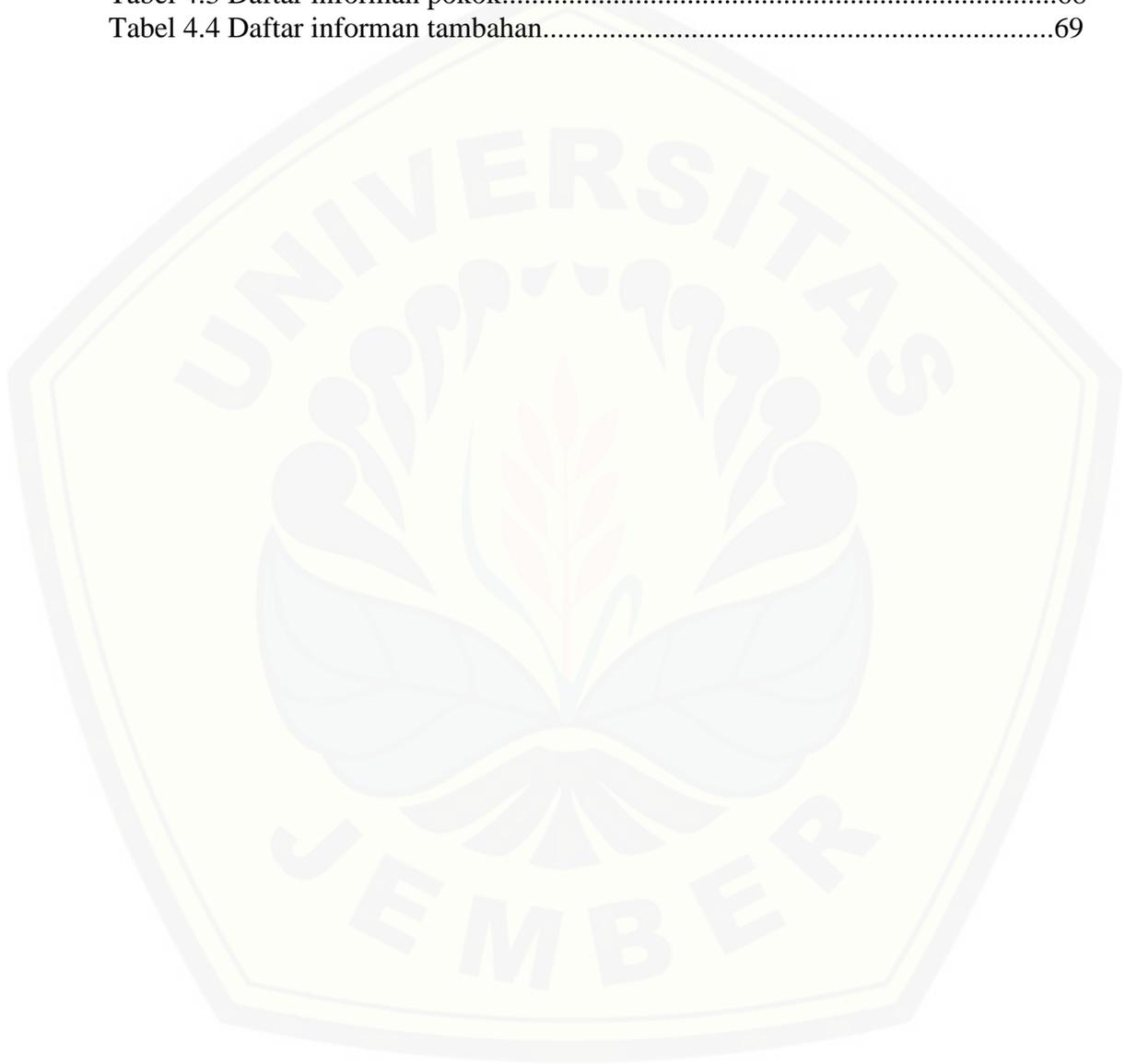
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. Tinjauan Pustaka	6
2.1 Konsep Komunitas	10
2.2 Konsep Kemitraan	11
2.4 Konsep Pemberdayaan	13
2.4.1 Strategi Pemberdayaan.....	14
2.4.2 Tahap-Tahap Pemberdayaan.....	15
2.4.3 Indikator Keberdayaan.....	16
2.5 Intervensi	17
2.5.1.....	19
2.6 Pelatihan	20
2.7 Konsep Strategi Berbasis Hulu-Hilir Perusahaan	21
2.6.1 Rantai Pasok.....	23
2.6.2 Rantai Nilai.....	26
2.7 Konsep Petani Kopi	26
2.8 Konsep Ilmu Kesejahteraan Sosial	27
2.9 Kajian Terdahulu	28
3.5 Kerangka Berfikir Penelitian	30
BAB 3. Metode Penelitian	33
3.1 Pendekatan Penelitian Kualitatif	33
3.2 Jenis Penelitian	34
3.3 Lokasi Penelitian	34
3.4 Teknik Penentuan Informan	35
3.4.1 Informan Pokok.....	36
3.4.2 Informan Tambahan.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.1 Observasi.....	40

3.5.2 Wawancara.....	42
3.5.3 Dokumentasi.....	45
3.6 Teknik Analisis Data.....	46
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	49
BAB 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	50
4.1 Hasil penelitian.....	50
4.1.1 Profil Komunitas petani kopi rakyat Durjo (KOPIJO).....	52
4.1.2 Latar belakang berdirinya KOPIJO	53
4.1.3 Visi dan Misi KOPIJO.....	55
4.1.4 Struktur organisasi.....	55
4.1.5 Kegiatan Pemberdayaan KOPIJO.....	57
a. Pelatihan KOPIJO.....	58
b. Peningkatan Proses Hulu-Hilir KOPIJO.....	65
4.2 Pembahasan.....	77
4.2.1 Upaya pemberdayaan petani kopi rakyat KOPIJO.....	79
a. Pelatihan Sortasi biji kopi.....	106
b. memaksimalkan proses rantai pasok.....	109
c. memksimalkan proses rantai nilai.....	113
BAB 5. PENUTUP.....	125
5.1 Kesimpulan.....	125
5.2 Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

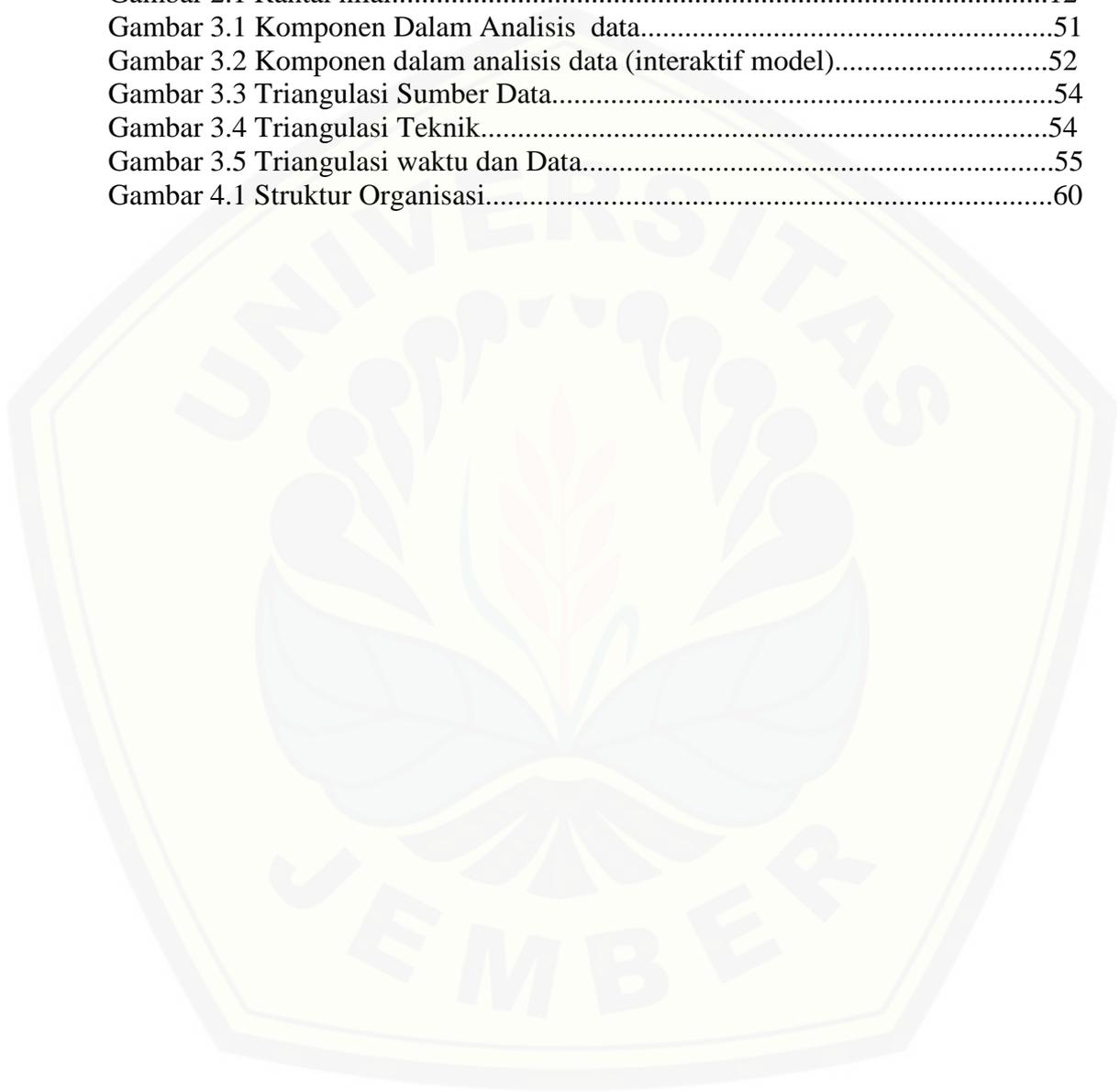
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi penggunaan tanah Desa Karangpring.....	56
Tabel 4.2 Tingkat pendidikan warga.....	57
Tabel 4.3 Daftar informan pokok.....	68
Tabel 4.4 Daftar informan tambahan.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	37
Gambar 2.1 Rantai nilai.....	12
Gambar 3.1 Komponen Dalam Analisis data.....	51
Gambar 3.2 Komponen dalam analisis data (interaktif model).....	52
Gambar 3.3 Triangulasi Sumber Data.....	54
Gambar 3.4 Triangulasi Teknik.....	54
Gambar 3.5 Triangulasi waktu dan Data.....	55
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	60



LAMPIRAN

Lampiran Pedoman Wawancara

Lampiran B: Dokumentasi Wawancara

Lampiran C: Transkrip Data Wawancara

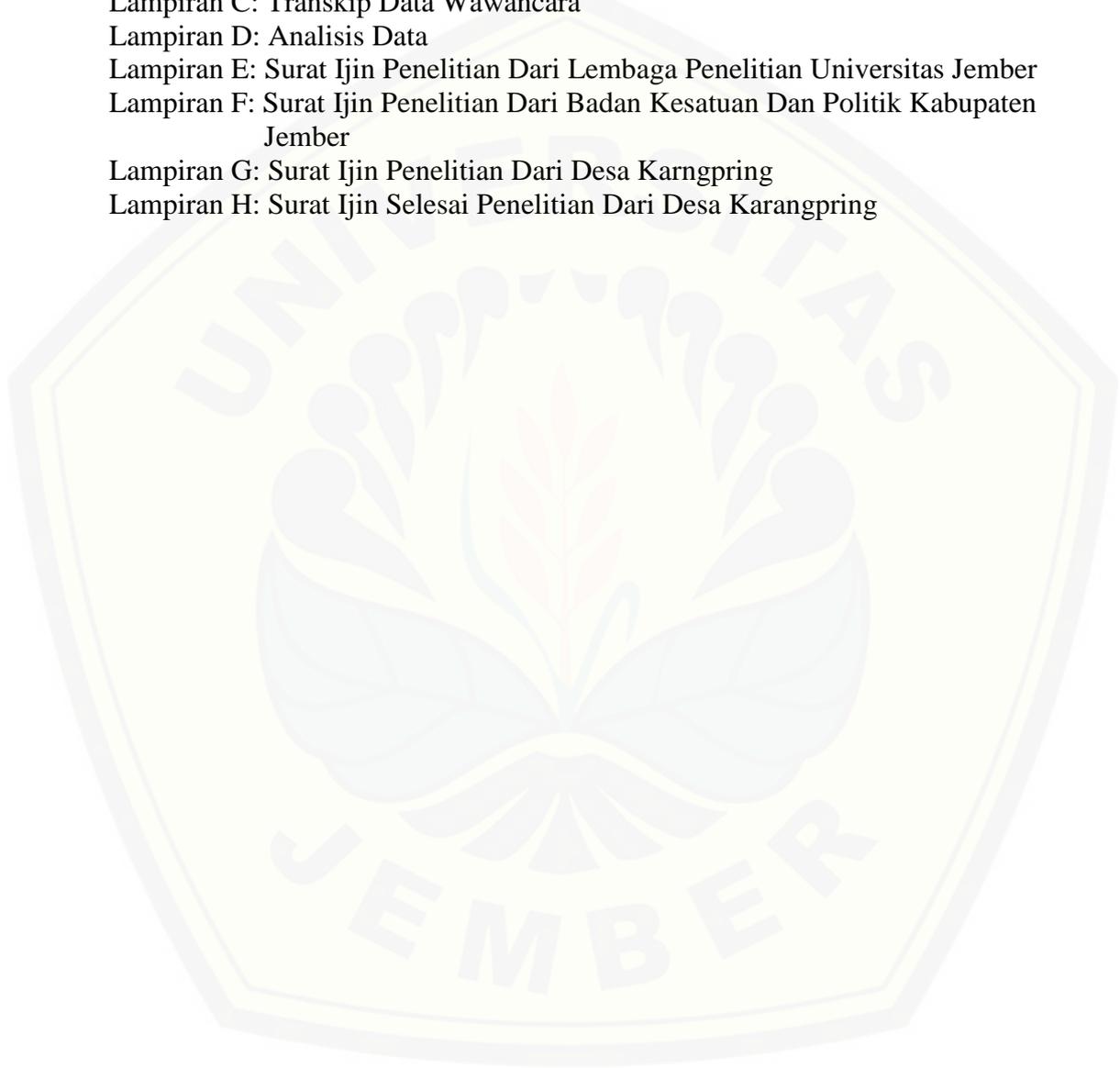
Lampiran D: Analisis Data

Lampiran E: Surat Ijin Penelitian Dari Lembaga Penelitian Universitas Jember

Lampiran F: Surat Ijin Penelitian Dari Badan Kesatuan Dan Politik Kabupaten
Jember

Lampiran G: Surat Ijin Penelitian Dari Desa Karangpring

Lampiran H: Surat Ijin Selesai Penelitian Dari Desa Karangpring



BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jember merupakan kabupaten yang terletak di provinsi Jawa Timur. Dengan wilayah daratan yang terdiri atas dataran rendah dan dataran tinggi. Wilayah dataran rendah dengan berbagai potensi yang dimiliki di bidang pertanian. Sedangkan dataran tinggi berupa pegunungan yang merupakan daerah penghasil produk perkebunan. Jember dikenal sebagai salah satu daerah penghasil kopi dengan kualitas yang cukup baik. Jenis kopinya adalah *robusta* dan *Arabika*. Citarasa yang dihasilkan setiap daerah memiliki ciri khas yang berbeda. Meskipun jenisnya sama *robusta* dan *arabika* citarasa yang dihasilkan akan berbeda dengan citarasa daerah lain, tergantung letak geografis daerah masing-masing.

Jember adalah salah satu daerah yang memiliki letak geografis yang sesuai untuk penanaman kopi. Kopi di tempat ini dapat dijadikan sebagai komoditas unggulan. Selain itu juga dapat eksis sampai keluar negeri dengan berbisnis kopi (ekspor kopi). Kemajuan tersebut dapat memberikan peluang daerah-daerah yang ada di Jember untuk mengembangkan daerahnya khususnya di bidang perkebunan kopi. Salah satu desa yang melakukan pemberdayaan terhadap petani kopi dalam meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan petani kopi adalah desa Karangpring dusun Durjo.

Desa Karangpring merupakan desa yang terletak di kecamatan Sukorambi kabupaten Jember. Komposisi pekerjaan masyarakat yang ada di desa ini didominasi oleh petani, dimana banyak rumah tangga yang bekerja di sektor perkebunan. Desa ini memiliki luas 1259,435 ha, Dengan potensi sumber daya lahan perkebunan seluas 645,235 menunjukkan bahwa desa Karangpring menjadi salah satu daerah andalan produksi kopi terbesar kedua setelah desa Klungkung dari lima desa yang ada di kecamatan Sukorambi. Sektor perkebunan sangat penting peranannya sebagai sumber pendapatan yang utama bagi masyarakat petani kopi rakyat desa Karangpring. Umumnya petani menanam kopi dan di jual untuk memenuhi kehidupan sehari-hari.

Desa Karangpring memiliki banyak potensi khususnya di bidang perkebunan kopi, namun tidak semua potensi dapat dimanfaatkan dengan baik karena sumber daya manusia yang kurang memadai. Melihat potensi kopi yang melimpah seharusnya masyarakat mampu mengolahnya dengan semaksimal mungkin agar kopi yang mereka hasilkan bernilai tinggi sehingga dapat mensejahterakan diri mereka. Faktanya kondisi mereka masih dapat dikatakan belum sejahtera dibuktikan dengan data hasil PPLS kabupaten Jember bahwa Terdapat 981 rumah tangga miskin dan 2.720 penduduk miskin (*sumber: BPS Kabupaten Jember*), artinya walaupun desa ini merupakan desa dengan produksi kopi yang potensial namun tidak menjamin terhadap kesejahteraan masyarakat yang ada di desa tersebut.

Selain dilihat dari data BPS dapat di lihat juga dari pendapatan mereka yang rendah. Lahan sempit yang mereka miliki, kondisi pengetahuan dan wawasan yang belum memadai, berdampak pada pendapatan yang mereka dapatkan dari penjualan kopi yang mereka miliki menjadi rendah. Penjualan kopi terbagi menjadi 2 harga yang berbeda sesuai jenis kopi yang dimiliki. Jenis kopi yang ada disana adalah *Robusta* dan *Arabica*. Kopi *Robusta* dihargai Rp.3500/kg dan kopi *Arabica* sebesar Rp 4800 oleh pengepul. Dalam 1tahun terjadi 2-3 kali panen. Satu kali panen yang mereka dapatkan biasanya tidak lebih dari 1 ton sehingga untuk dua jenis kopi tersebut secara akumulasi dalam satu kali panen mereka mendapatkan hasil sebesar Rp 4150000 dalam waktu 4bulan (12 bulan 3x panen= 4 bulan satu kali panen), artinya untuk kebutuhan sehari-hari termasuk biaya anak-anaknya yang sedang menempuh pendidikan adalah sekitar Rp.1juta perbulan masih belum mencukupi. Namun demikian mereka memilih untuk tetap menjadi seorang petani kopi, karena mereka tidak mau mengambil resiko lain. Mereka memiliki lahan dan ingin tetap berada dalam kondisi yang setidaknya mereka masih merasakan rasa nyaman walaupun mereka masuk dalam kategori pra sejahtera.

Jumlah permintaan kopi cukup tinggi dipasaran, dapat di katakan bahwa kopi memang menjadi komoditas penting yang potensial dalam dunia perekonomian masyarakat khususnya masyarakat Indonesia saat ini. Permintaan

terhadap produk kopi dipengaruhi oleh adanya selera konsumen. Minum kopi di kedai kopi telah menjadi suatu kebiasaan yang semakin hari semakin hits/ngetrend, tidak hanya sekedar sebagai tempat ngopi tetapi juga kegiatan-kegiatan yang lain seperti bertemu dengan klien, sebagai tempat sosialisasi, atau bahkan sebagai tempat belajar bagi pelajar dan mahasiswa. Adanya selera konsumen yang demikian berdampak pada banyaknya kedai-kedai kopi yang didirikan sebagai tempat mereka berkumpul. Dengan demikian kopi menjadi semakin terkenal baik Indonesia dan mancanegara dan produksi kopi juga semakin meningkat.

Bondowoso disebut sebagai “Republik Kopi” merupakan satu-satunya kabupaten di kawasan tapal kuda Jawa Timur yang telah mendapatkan pengakuan dunia dengan kopi dengan hasil produksi kopi yang sampai menembus pasar Eropa yakni produksi Kopi *Arabica Java Ijen Raung*. Bupati Bondowoso Amin Said menyebutkan bahwa kerjasama yang dilakukan antara pemerintah kabupaten Bondowoso dengan pusat penelitian Kakao, perhutani, perbankan, dan asosiasi petani kopi membuahkan hasil yakni kopi *Arabica Java Ijen Raung* mendapat sertifikat internasional.

“Tanaman kopi yang ditanam di lahan milik perhutani itu dikelola oleh para petani. Hingga kini, lebih dari 1300 hektar lahan perhutani yang digarap para petani Bondowoso. Produksi kopi *Arabica Java Ijen Raung* yang dihasilkan pada 2017 mencapai 2.900 ton per tahun. Adapun harga kopi yang dijual ke pasar ekspor mencapai Rp70000 hingga Rp 80000 perkilogram. Saat ini produksi kopi bondowoso mencapai 3000 ton/tahun. Dari total volume tersebut, 1000 ton telah di ekspor ke berbagai negara lain dan sisanya untuk memenuhi kebutuhan kopi di bondowoso dan daerah sekitarnya.” Ungkap bupati Amin Said. Hadirnya republik kopi ini juga berdampak pada warga sekitar. Kini di daerah-daerah sekitar mulai menjamur kafe kopi yang menyajikan kopi *Arabica Java Ijen raung*.

Kisah sukses petani Bondowoso ini pun menginspirasi daerah-daerah lain termasuk Jember salah satunya desa Karangpring. Seperti yang telah di ketahui bahwa Karangpring memiliki potensi produk kopi, namun warganya masih belum sejahtera karena pendapatan yang mereka miliki dari kopi yang dihasilkan relatif

rendah. Ada beberapa faktor pendapatan mereka rendah diantaranya adalah 1) pengetahuan tentang kopi dan kesadaran diri yang rendah, mereka tidak mengerti dan tidak menyadari bahwa kopi yang mereka hasilkan mampu dihasilkan dengan kualitas yang baik sehingga berdampak pada faktor-faktor selanjutnya. 2) adanya sistem *Ijon*, karena faktor yang pertama ruang gerak mereka terbatas sehingga terpaku pada sistem klasik yakni sistem *ijon*. Sistem ini adalah penjualan kopi yang dijual sebelum kopi dipanen, artinya karena kopi dijual sebelum waktunya panen pada pengepul maka harga menjadi dibawah harga sebenarnya, misal kopi sebenarnya dijual dengan harga 6 ribu perkilo, maka dengan sistem *ijon* kopi akan dibeli dengan harga setengahnya yakni 3 ribu perkilo. 3) Jaringan terbatas, karena faktor yang pertama juga, berdampak pada jaringan mereka menjadi terbatas. Wawasan yang dimiliki kurang, ruang geraknya pun sempit. Mereka hanya mampu menjual pada pengepul, sementara pengepul tidak mau rugi sedikitpun alias mencari untung. Beberapa faktor-faktor inilah yang menjadikan petani kopi Karangpring belum merasakan kesejahteraan seperti petani kopi yang ada di Bondowoso.

Perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia melalui komunitasnya melakukan optimalisasi pengelolaan kopi rakyat yang ada di desa Karangpring. Tujuan dari optimalisasi pengeolaan ini agar petani kopi menjadi sejahtera. perusahaan *Zhibond* yang bergerak di bidang produksi kopi merupakan pelaku usaha yang peduli terhadap petani kopi sesuai dengan visinya yakni dari petani kopi, oleh petani kopi dan untuk petani kopi. Dimana disamping mereka berbisnis kopi yang harus mensupplay kopi dalam waktu cukup lama dan mendapatkan kualitas kopi yang baik, mereka juga memikirkan kondisi petani kopi rakyat dengan memberikan harga lebih tinggi daripada harga pada umumnya.

Adapun upaya optimalisasi yang dilakukan perusahaan terhadap kondisi petani kopi yang belum mampu mengoptimalkan pengelolaan kopinya sekaligus memasok kopi ke perusahaan agar petani kopi berdaya yakni dengan melakukan mitra antara petani kopi rakyat dan perusahaan membentuk komunitas kopi Durjo (KOPIJO) melalui upaya intervensi. Adanya intervensi ini adalah untuk memberdayakan mereka dari petani kopi yang belum berdaya menjadi berdaya,

sehingga mereka dapat sejahtera daripada sebelumnya. Dalam upaya intervensi ini terdapat dua kegiatan yakni 1) pelatihan, pelatihan ini dinamai pelatihan sortasi biji. Dalam pelatihan ini terdapat beberapa hal yakni kegiatan penyadaran akan pentingnya budidaya kopi dan langkah-langkah dari sebelum panen, panen hingga pasca panen. 2) peningkatan basis hulu-hilir perusahaan, didalam proses ini terdapat dua mata rantai. Di hulu ada rantai pasok yang berperan adalah petani kopi. Sedangkan di hilir terdapat rantai nilai yang berperan adalah pihak perusahaan.

Semenjak adanya perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia yang membentuk komunitas KOPIJO bermitra dengan petani kopi rakyat Durjo kehidupan petani kopi menjadi sejahtera. Petani kopi tidak lagi mengijonkan kopinya ke pengepul karena sudah bekerjasama dengan perusahaan *Zhibond Coffee*. Petani kopi menjadi lebih paham tentang kopi dan pengolahannya dengan kualitas terbaik dan menghasilkan nilai jual kopi yang tinggi atau pendapatan petani kopi menjadi meningkat. Dulu sebelum bermitra dengan perusahaan kopinya dihargai sekitar Rp 8000 sedangkan sekarang bisa sampai Rp 45000/kg. Peningkatan pendapatan yang cukup signifikan sehingga petani kopi dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.

Keterkaitan dengan disiplin ilmu kesejahteraan sosial secara tidak langsung terdapat pada pemberdayaan yang dilakukan perusahaan yang membentuk komunitas KOPIJO bermitra dengan petani kopi rakyat Durjo melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Dimana kegiatan yang dilakukan ini dapat mengorganisir petani kopi dan mengembangkannya. Dengan adanya komunitas KOPIJO ini petani kopi rakyat Durjo menjadi berdaya.

Berdasarkan uraian dari fenomena yang peneliti tangkap dan paparkan permasalahan diatas. Peneliti memiliki ketertarikan untuk memahami bagaimana upaya yang dilakukan perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia dalam memberdayakan petani kopi. Sehingga penulis mengambil judul **"Upaya Perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia dalam Memberdayakan Petani Kopi Rakyat Durjo (Studi deskriptif pada Komunitas kopi rakyat Durjo (KOPIJO) desa Karangpring, Kecamatan Sukorambi, Kabupaten Jember)".**

1.2 Rumusan Masalah

Memecahkan suatu masalah dan mencari solusi alternatifnya merupakan kegiatan dari suatu penelitian, kata lain dari kegiatan penelitian ini yakni rumusan masalah. Rumusan masalah penting dilakukan oleh seseorang yang akan melakukan penelitian dengan tujuan untuk memudahkan peneliti dalam mengungkapkan pikiran secara jelas dan sistematis mengenai hakekat dan masalah yang di hadapi. Suatu masalah muncul dikarenakan ada ketidak sesuaian antara fakta dan pengharapan. Oleh karena itu mau tidak mau, menerima atau menolak manusia tetap harus bergerak dan terus maju kedepan mencari jalan keluar agar masalah dapat terpecahkan dan terlampaui dengan baik.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti ungkapkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana upaya perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia dalam memberdayakan petani kopi rakyat Durjo?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan rumusan masalah oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisa upaya perusahaan *Zhibond Coffee* dalam memberdayakan petani kopi rakyat melalui komunitas kopi rakyat Durjo(KOPIJO)?”.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan paparan tentang hasil penelitian yang akan dicapai baik untuk kepentingan ilmu, pemerintah maupun kepentingan masyarakat luas. Manfaat yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi timbangan dan acuan komunitas KOPIJO untuk dapat berperan dalam menanggulangi permasalahan yang dihadapi oleh petani kopi rakyat Durjo desa Karangpring.

2. Dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan bahan acuan bagi peneliti yang lain ketika mengambil tema yang sama, dengan harapan dapat dilakukan penelitian lebih lanjut atau sebagai pengembangan dari penelitian lain.



BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Permasalahan dalam perkebunan merupakan satu hal yang sangat mungkin terjadi. Kurangnya kesadaran akan masalah yang dihadapi seperti Terbatasnya pengetahuan petani dalam membudidayakan kopi dari sebelum dan sesudah panen, terikat sistem ijon, terbatasnya jaringan yang hanya mampu menjual kepada pengepul dengan harga relatif rendah merupakan permasalahan yang sering terjadi dalam perkebunan. Jika permasalahan-permasalahan yang dihadapi petani tidak dapat terselesaikan, maka petani akan sulit untuk mengembangkan hidupnya guna mencapai kesejahteraan.

Menurut undang-undang republik Indonesia nomor 18 tahun 2004, yang di maksud dengan perkebunan adalah segala kegiatan yang mengusahakan tanaman tertentu pada tanah atau media tumbuh lainnya dalam ekosistem yang sesuai, mengolah dan memasarkan barang dan jasa hasil tanaman tersebut, dengan bantuan ilmu pengetahuan dan teknologi, permodalan serta manajemen untuk mewujudkan kesejahteraan bagi pelaku usaha perkebunan dan masyarakat. Sedangkan Pekebun adalah perorangan yang melakukan usaha perkebunan dengan skala usaha tidak mencapai skala tertentu, atau istilah umumnya adalah perkebunan rakyat. Karakteristik dari perkebunan rakyat ini adalah Luas lahan relative sempit, modal lemah, tingkat teknologi masih tradisional, dan pengolahan hasil masih konvensional.

Melihat kondisi petani kopi perkebunan rakyat tersebut memang seharusnya mendapat perhatian, karena melalui perkebunan masyarakat dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Perkebunan juga sangat penting keberadaannya di masyarakat. Agar usaha taninya lebih produktif maka petani kopi memerlukan pengetahuan dan wawasan yang memadai dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tersebut. Untuk mencapai hal ini, maka petani kopi membutuhkan sebuah komunitas tani yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan petani dalam menghadapi berbagai kebutuhan dan permasalahan yang ada.

Urgensinya komunitas/kelompok bagi kehidupan manusia bertumpu pada hakekat dari keberadaan manusia itu sendiri yakni sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain. Artinya secara ilmiah manusia tidak dapat hidup sendiri, untuk memenuhi kebutuhan hidup, manusia tidak terlepas dari berinteraksi dengan manusia yang lain. Sejak dilahirkan ke dunia sampai meninggalkan dunia pun manusia masih membutuhkan manusia lain, artinya tidak terlepas dari kelompok. Hampir setiap hari manusia berinteraksi dengan manusia lain sesuai dengan pola-pola yang telah mapan (Robert K. Merton). Dengan adanya berbagai kegiatan dalam komunitas/kelompok, membuktikan bahwa pada setiap perkembangannya manusia membutuhkan yang namanya kelompok/komunitas.

Ide seseorang melakukan perkumpulan melalui komunitas adalah karena mereka membutuhkan satu sama lain, mereka merasa tidak mampu jika berjalan sendiri terutama dalam masyarakat modern, kurang berdaya jika memenuhi sendiri kebutuhan dasar atas makanan, rumah, dan keselamatan. Bekerjasama dalam komunitas akan lebih ternilai dari pada bekerjasama dengan diri sendiri/individu. Alasan terbentuknya komunitas/kelompok tidak lain adalah karena sama-sama memiliki persoalan yang sama (Rusdi,1999).

Menyadari hal tersebut, salah satu strategi pemberdayaan adalah melalui komunitas. Sesuai dengan pendapat Suyatno (2003:192) mengungkapkan bahwa “dalam rangka menjalankan fungsi pemberdayaan secara benar, diperlukan suatu birokrasi pemerintah atau lembaga yang responsif terhadap aspirasi yang berkembang dalam suatu komunitas”. Dengan demikian diharapkan komunitas dapat menjadi salah satu cara pemberdayaan dalam mengatasi masalah mereka sendiri. Melalui komunitas seluruh kekuatan yang dimiliki dapat digabungkan untuk menggerakkan komunitasnya.

Berkembangnya kelompok/komunitas dalam masyarakat pada umumnya didasari oleh kepentingan dan tujuan bersama. Ditinjau dari makna komunitas itu sendiri, komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa orang (individu-individu yang berkumpul) yang didalamnya memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, kebutuhan, resiko, dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Menurut

Kertajaya Hermawan komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values*. Dengan demikian dapat dikatakan komunitas merupakan kelompok sosial yang terdiri dari individu-individu yang berkelompok dengan relasi pribadi yang kuat atas rasa percaya, sumber daya, kebutuhan, dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

Untuk mengatasi permasalahan yang ada di perkebunan tersebut biasanya dilakukan sebuah intervensi. Menurut Argyis (1970) intervensi merupakan kegiatan yang mencoba masuk kedalam suatu sistem tata hubungan yang sedang berjalan, hadir di antara orang-orang, kelompok ataupun suatu objek dengan tujuan untuk membantu mereka. Tujuan utama adanya intervensi sosial yakni memperbaiki fungsi sosial kelompok sasaran perubahan. Bila kondisi sosial seseorang itu baik berimplikasi pada kondisi kesejahteraannya. Sehingga intervensi sosial sendiri dapat dikatakan sebagai upaya membantu masyarakat yang mengalami gangguan secara internal maupun eksternal yang menyebabkan seseorang itu tidak dapat menjalankan peran sosialnya sebagaimana yang diterapkan di masyarakat. Dalam proses intervensi ini nantinya dilakukan pemberdayaan kelompok/komunitas dengan beberapa tahapan dan hasil akhirnya adalah masyarakat menjadi berdaya. Sejalan dengan pendapat Suhud (2005):

“pemberdayaan petani melalui kelembagaan merupakan suatu kebutuhan yang sangat mendesak dan mutlak diperlukan oleh petani agar mereka dapat bersaing dalam melaksanakan kegiatan usaha tani dan dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya”

Kondisi tersebut akan mendorong tercapainya peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam meningkatkan kemampuannya sesuai dengan Undang-Undang No 11 pasal 1 ayat 1, tahun 2009 tentang kesejahteraan sosial yang berbunyi: “Kesejahteraan sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya”. Adapun konsep-konsep yang digunakan akan dijelaskan pada sub-bab bab berikut ini:

2.1 Konsep Komunitas

Komunitas menurut Mayo (1994) dalam (Adi,2013:82-83) memiliki tiga tingkatan yang mengidentifikasikan cakupan komunitas yang dapat diterapkan yakni:

1. *Grassroot* atau *neighbourhood work* (pelaku perubahan melakukan intervensi terhadap kelompok masyarakat yang berada di daerah tersebut)
2. *Local agency* dan *inter-agency work* (pelaku perubahan melakukan intervensi organisasi di tingkat lokal, provinsi ataupun di tingkat yang lebih luas, bersama jajaran pemerintah terkait serta organisasi non pemerintah yang berminat terhadap hal tersebut)
3. *Regional dan national community* pelaku perubahan melakukan intervensi pada isu yang terkait dengan pengembangan ekonomi maupun isu perencanaan lingkungan yang mempunyai cakupan lebih luas dari bahasan di tingkat lokal.

Pengertian komunitas yang mengacu pada *gulbenkianreport*, pengertian komunitas dapat mengacu pada pengertian komunitas lokal, seperti yang dikemukakan oleh Kenneth Wikinson dalam (Adi 2013:83) melihat komunitas minimal memiliki tiga unsur dasar yaitu:

1. Adanya batasan wilayah atau tempat (teority of place)
2. Merupakan suatu organisasi sosial atau institusi sosial yang menyediakan peluang untuk warganya agar dapat melakukan interaksi dengan warga lain secara reguler, dan
3. Interaksi sosial yang dilakukan karena adanya minat atau kepentingan yang sama.

Sesuai dengan fenomena yang ada, konsep komunitas memiliki kaitan yang erat dengan pemberdayaan yang dilakukan Perusahaan *Zhibond Coffee* terhadap petani kopi melalui komunitas KOPIJO. Hal ini dikarenakan Perusahaan *Zhibond Coffee* memiliki peran penting dalam pemberdayaan untuk melakukan suatu perubahan pada kehidupan petani kopi. Perusahaan adalah sebagai pemberdaya

melihat petani kopi rakyat memiliki potensi sebagai aset komunitas salah satunya adalah dapat menghasilkan biji kopi dengan kualitas terbaik.

2.2 Konsep Kemitraan

Menurut undang-undang republik Indonesia No.9 tahun 1995 kemitraan adalah kerjasama usaha antara usah kecil dan usah menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Sedangkan kerjasama itu sendiri menurut Tugimin (2004:07) adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh beberapa pihak secara bersamasama dengan penuh tanggungjawab untuk mencapai hasil yang lebih baik dari pada dikerjakan secara individu.

Lan Lion (1995:8) juga menyatakan mengenai kemitraan, kemitraan adalah suatu sikap menjalankan bisnis yang diberi ciri dengan hubungan jangka panjang, suatu kerjasama level tinggi dan saling percaya, dimana pemasok dan pelanggan berniaga satu sama lain untuk mencapai tujuan bisnis bersama. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kemitraan ini adalah suatu upaya yang dilakukan oleh beberapa pihak melalui pembinaan dan pengembangan oleh pihak-pihak yang bersangkutan guna mencapai tujuan bersama dengan penuh tanggungjawab, saling percaya, saling menguatkan dan saling menguntungkan satu sama lain.

Menurut Jafar (2000), kemitraan usaha adalah kerjasama usaha antara usaha kecil (petani) dengan usaha menengah atau dengan usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, memperkuat dan saling menguntungkan. Dalam pengembangan kemitraan ini pengusaha besar (perusahaan) bertanggung jawab moral dalam membimbing dan membina pengusaha kecil sebagai mitranya, agar mereka mampu menjadi mitra yang handal untuk meraih keuntungan dan kesejahteraan bersama.

Strategi bisnis dalam kemitraan usaha dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu, untuk meraih keuntungan bersama. Selain itu prinsip yang dipegang oleh masing-masing pihak yang bermitra adalah saling membutuhkan dan saling membesarkan. Keberhasilan usaha ditentukan dari kepatuhan diantara pihak-pihak yang bermitra, dalam menjalankan etika bisnisnya (Jafar,2000).

Upaya dalam mewujudkan kemitraan terdapat dalam undang-undang Nomor 9 tahun 1995 tentang usaha kecil dimana khusus mengetahui kemitraan usaha yang dituangkan dalam peraturan pemerintah No. 44 tahun 1997 melalui berbagai departemen ditugaskan untuk membina dan sekaligus mendorong

terklaksananya kemitraan usaha. Demikian pula berbagai organisasi kemasyarakatan yang bergerak di bidang kemitraan diminta untuk turut serta berperan aktif dalam terselenggaranya kemitraan usaha.

Manfaat kemitraan usaha ini sangat besar terhadap pengusaha kecil terutama di era globalisasi yang tidak mengenal batasan negara, tentunya pengusaha kecil seperti usaha tani dituntut produktivitas dengan tingkat efisiensi yang tinggi. Bagi pengusaha kecil termasuk para tani, kopi rakyat yang bbermitra dengan perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia hal ini tidaklah mudah untuk dilakukan sehingga kemitraan merupakan salah satu cara untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang dimiliki petani. Tidak hanya pengusaha kecil, pengusaha besar juga menikmati keuntungannya antara lain penghematan biaya produksi, terjaminnya kuantitas dan kualitas bahan baku, menghemat modal karena perusahaan tidak selalu melakukan faktor produksi dari hulu hingga hilir. Bagi pengusaha kecil keuntungan yang diperoleh yaitu meningkatnya kemampuan dan kewirausahaan pendapatan, produktivitas dan kualitas hasil, penguasaan teknologi. Hal-hal tersebut merupakan salah satu strategi pemberdayaan masyarakat kecil.

2.3 Konsep pemberdayaan

Pemberdayaan merupakan suatu upaya peningkatan individu atau masyarakat agar mampu memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai derajat kesejahteraan. Kebutuhan hidup dalam hal ini terdiri dari kebutuhan ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, perlindungan, dan lain sebagainya sehingga suatu individu berpotensi untuk dapat menjalankan fungsi sosialnya.

Pemberdayaan masyarakat memiliki berbagai definisi salah satunya menurut Rappord dalam (Fahrudin, 2012:16) Pemberdayaan (*empowerment*) sebagai suatu cara dimana rakyat, organisasi dan komunitas diarahkan agar dapat berkuasa atas hidupnya. Pemberdayaan adalah suatu proses yang berjalan secara terus menerus untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam meningkatkan taraf hidupnya, upaya tersebut hanya dapat dilakukan dengan membangkitkan keberdayaan mereka, agar dirinya berkembang.

Secara konseptual, pemberdayaan (*empowerment*) berasal dari kata “*power*” (kekuasaan atau keberdayaan). Karena ide pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Kekuasaan senantiasa hadir dalam konteks relasi antar manusia. Kekuasaan tercipta dalam relasi sosial. Pemberdayaan sebagai sebuah proses memiliki makna. Hal ini dikarenakan ide utama dari pemberdayaan bersentuhan dengan konsep kekuasaan (Suharto, 2005:58). Dengan kata lain kemungkinan terjadinya pemberdayaan sangat tergantung pada:

- a. Kekuasaan dapat berubah. Jika kekuasaan tidak dapat berubah maka pemberdayaan tidak akan mungkin terjadi dalam keadaan apapun.
- b. Kekuasaan dapat diperluas, konsep ini menekankan pada pengertian kekuasaan yang tidak statis dan dinamis.

Sesuai dengan penjelasan tersebut, maka pemberdayaan adalah suatu proses dan tujuan. Sebagai proses pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan masyarakat lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami kemiskinan. Sebagai tujuan pemberdayaan merujuk pada keberadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial yakni masyarakat berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi maupun sosial. Tujuan utama pemberdayaan adalah memperkuat kekuasaan masyarakat, khususnya kelompok yang lemah tak berdaya, baik karena kondisi internal maupun kondisi eksternal.

Adapun tujuan yang ingin di capai dari adanya pemberdayaan adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri. Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berfikir, bertindak dan mengendalikan diri. Sasaran utama dari pemberdayaan adalah masyarakat yang tidak berfungsi sosial. Sehingga dengan adanya pemberdayaan diharapkan mampu menciptakan masyarakat mandiri, berfungsi secara sosial dan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri.

2.4.1 Strategi Pemberdayaan

Parson et.al dalam (Suharto, 2005:66-67) menyatakan bahwa proses pemberdayaan umumnya dilakukan secara kolektif. Menurutnya tidak ada literatur yang menyatakan bahwa proses pemberdayaan terjadi dalam relasi-relasi satu-lawan-satu antara pekerja sosial dan klien dalam *setting* pertolongan perseorangan. Walaupun pemberdayaan seperti ini dapat meningkatkan kepercayaan diri klien, namun hal ini bukanlah strategi utama pemberdayaan. Namun, tidak semua intervensi sosial dapat dilakukan melalui kolektivitas. Dalam beberapa situasi, strategi pemberdayaan dapat dilakukan secara individual: meskipun pada gilirannya strategi ini pun berkaitan dengan kolektivitas, dalam arti mengaitkan klien dengan sistem sumber lain diluar dirinya. Dalam konteks pekerjaan sosial, pemberdayaan dilakukan melalui tiga aras atau mantra pemberdayaan: mikro, mezzo, dan makro

- a. Aras Mikro, pemberdayaan dilakukan terhadap klien secara individual melalui bimbingan, konseling, *stress, management, krisis, intervention*. Tujuan utamanya adalah membimbing atau melatih klien dalam menjalankan tugas-tugas kehidupannya. Model ini sering disebut sebagai pendekatan yang berpusat pada tugas (*task, centered, approach*).
- b. Aras Mezzo, pemberdayaan dilakukan terhadap sekelompok klien. Pemberdayaan dilakukan dengan menggunakan kelompok sebagai media intervensi. Pendidikan dan pelatihan, dinamika kelompok, biasanya digunakan sebagai setrategi dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, ketrampilan dan sikap-sikap klien agar memiliki kemampuan memecahkan permasalahan yang dihadapinya.
- c. Aras Makro, pendekatan ini disebut juga dengan setrategi sistem besar (*large-sistem strategy*), karena sasaran perubahan diarahkan pada sistem lingkungan yang lebih luas. Perluasan kebijakan, perencanaan sosial, kampanye, aksi sosial, *lobbying*, pengorganisasian masyarakat, manajemen konflik, adalah beberapa setrategi dalam pendekatan ini. Starategi sistem besar memandang klien sebagai orang yang memiliki kompetensi untuk memahami situasi-situasi mereka sendiri, dan untuk memilih serta menentukan setrategi yang tepat untuk bertindak.

2.4.2 Tahap-Tahap Pemberdayaan

Beberapa tahap pemberdayaan yang harus dilakukan dalam melakukan pemberdayaan menurut Adi (2017) yakni:

- a. Tahap persiapan
Pada tahap persiapan ini sekurng-kurangnya ada dua tahapan yang harus dikerjakan, yaitu penyiapan petugas dan penyiapan lapangan. Penyiapan petugas dalam hal ini tenaga emberdaya masyarakat yang bisa juga dilakukan oleh *community worker* dan enyiapan lapangan merupakan prasyarat suksesnya suatu program pemberdayaan masyarakat yang pada dasarnya diusahakan dilakukan secara non-direktif
- b. Tahap pengkajian (*Assesment*)
Proses *Assesment* yang dilakukan disini dapat dilakukan secara individual melalui tokoh-tokoh masyarakat (*key-person*) tetapi dapat

juga melalui kelompok-kelompok dalam masyarakat. Dalam tahap ini, petugas sebagai agen perubah berusaha mengidentifikasi masalah kebutuhan yang dirasakan (*feed needs*) dan juga sumber daya yang dimiliki klien. Dalam analisis kebutuhan masyarakat ada sebagai teknik yang dapat digunakan untuk melakukan *Assesment*. Baik itu dengan pendekatan kuantitatif ataupun kualitatif.

- c. Tahap perencanaan alternatif program
Pada tahap ini petugas bertindak sebagai fasilitator. Petugas mengupayakan bagaimana masyarakat dapat berdiskusi dan memikirkan program dan kegiatan apa saja yang dilaksanakan. Dengan kata lain masyarakat ikut berpartisipasi. Upaya mengatasi permasalahan yang ada di masyarakat diharapkan dapat memunculkan lberbagai alternatf program dan kegiatan yang dapat mereka lakukan.
- d. Tahap pemformulasian aksi
Masing-masing kelompok masyarakat memformulasikan gagasan mereka dalam bentuk tertulis.
- e. Tahap pelaksanaan program
Tahap ini merupakan salah satu tahap yang paling penting dalam proses pemberdayaan masyarakat, karena sesuatu yang telah direncanakan dengan baik akan dapat melenceng dalam pelaksanaan dilapangan apabila tidak ada kerjasama antar warga.
- f. Evaluasi
Sebagai proses pengawasan dari warga dan petugas terhadap proses pemberdayaan yang dilakukan. Evaluasi program berfungsi sebagai umpan balik bagi perbaikan suatu program atau kegiatan.
- g. Tahap terminasi
Tahap ini merupakan pemutusan hubungan secara formal dengan komunitas sasaran. Terminasi seringkali terjadi, karena masyarakat dianggap sudah mandiri.

Menurut Sumodiningrat dalam (Sulistiyani, 2004: 80-81) pemberdayaan tidak bersifat selamanya melainkan sampai target mampu untuk mandiri dan kemudian dilepas untuk mandiri. Tahap-tahap yang harus dilakukan adalah:

- a. Tahap penyadaran dan pembentukan peningkatan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga menumbuhkan peningkatan kapasitas diri,
- b. Tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan, ketrampilan agar terbuka wawasan dan memberikan ketrampilan dasar sehingga dapat mengambil peran-peran.

- c. Tahap peningkatan intelektual, kecakapan ketrampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk menghantarkan pada kemandirian.

2.4.3 Indikator Keberdayaan

Kiefer (dalam Suharto, 2014:63) mengatakan bahwa pemberdayaan mencakup tiga dimensi yang meliputi kompetensi kerakyatan, kemampuan sosiopolitik, dan kompetensi partisipatif. Keberhasilan pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari keberdayaan masyarakat yang menyangkut kemampuan ekonomi, kemampuan mengakses manfaat kesejahteraan dan kemampuan kultural dan politis. Schuler, Haghemi dan Riley dalam (Suharto, 2014: 63-64) mengembangkan delapan indikator pemberdayaan yang disebut sebagai *empowerment index*, adalah sebagai berikut:

1. kebebasan mobilitas : kemampuan individu untuk keluar wilayah tempat tinggalnya
2. kemampuan individu untuk membeli barang-barang sehari-hari
3. kemampuan membeli barang-barang sekunder atau tersier
4. terlibat dalam pembuatan keputusan-keputusan rumah tangga
5. kebebasan relatif dari dominasi keluarga
6. kesadaran hukum dan politik
7. keterlibatan dalam kampanye dan protes-protes
8. jaminan ekonomi dan kontribusi terhadap keluarga

Menurut Suharto (2014:47) pelaksanaan dan proses pencapaian tujuan pemberdayaan dapat di capai melalui penerapan pendekatan pemberdayaan yang disingkat menjadi 5P yaitu:

1. pemungkinan: menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang secara optimal.
2. Penguatan: memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan-kebutuhannya.
3. Perlindungan: melindungi masyarakat terutama kelompok-kelompok lemah agar tidak tertindas oleh kelompok kuat, menghindari terjadinya persaingan yang tidak seimbang.
4. Penyokongan: memberikan bimbingan dan dukungan agar masyarakat mampu menjalankan peranan dan tugas-tugas kehidupannya.

5. Pemeliharaan: memelihara kondisi yang kondusif agar tetap terjadi keseimbangan distribusi kekuasaan antarabergagai kelompok dalam masyarakat.

Konsep pemberdayaan memiliki kaitan erat dengan pemberdayaan petani kopi rakyat yang diprakarsai perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia. Hal ini dikarenakan dengan adanya pemberdayaan dapat meminimalisir masalah yang ada, memaksimalkan potensi yang ada dan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.

2.5 Pelatihan

Pelatihan sebagai proses pemberdayaan artinya individu (komunitas) mempelajari sesuatu untuk meningkatkan kemampuan, ketrampilan dan tingkah laku dalam pekerjaan kehidupan sehari-hari dalam meningkatkan kesejahteraannya. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Ife dalam (Adi, 2013:225) menyatakan bahwa pelatihan merupakan peran edukatif yang paling spesifik, karena secara mendasar memfokuskan pada upaya mengajarkan pada komunitas sasaran bagaimana cara melakukan suatu hal yang akan berguna bagi mereka secara khusus dan lebih meluas lagi adalah bagi komunitasnya. Pelatihan lebih efektif apabila ketrampilan yang diajarkan adalah ketrampilan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat. Dalam hal ini masyarakat dilibatkan dalam menentukan pelatihan yang diinginkan. Ada beberapa tujuan pelatihan dalam rangka pemberdayaan menurut Kamil(2010:152) adalah untuk mempersiapkan anggota masyarakat agar mempunyai kemampuan profesional dan kompetensi yang relevan dengan keutuhan hidupnya atau pekerjaan yang sedang digelutinya. Secara terperinci berikut beberapa tujuan pelatihan yang dapat dijelaskan:

- a. Mengembangkan kemampuan dan ketrampilan warga masyarakat dalam mengidentifikasi potensi-potensi masyarakat sehingga dapat dikembangkan dan dapat dijadikan landasan dalam pengembangan usaha.
- b. Untuk mengembangkan keahlian dan ketrampilan anggota masyarakat.
- c. Untuk mengembangkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat sehingga pekerjaan dapat dikerjakan secara rasional.

- d. Untuk mengembangkan sikap sehingga dapat menimbulkan kemampuan untuk bekerja dan bekerjasama.
- e. Untuk mengembangkan pengetahuan dan ketrampilan sehingga masyarakat lebih kreatif, inovatif dalam mengembangkan usahanya.
- f. Mampu mengembangkan dan memajukan lembaga sebagai wadah dalam pengembangan usaha

2.6 Konsep Strategi Berbasis Hulu-Hilir perusahaan

Strategi adalah rencana lengkap untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi yang efektif berkaitan dengan tiga persoalan organisasi: kompetensi, ruang lingkup, dan alokasi sumber daya. Sebagian besar perusahaan memiliki baik tingkat bisnis maupun strategi tingkat korporasi. Dalam perkembangan konsepnya, konsep strategi selalu berkembang, dibuktikan dengan adanya perbedaan-perbedaan di setiap konsep yang muncul beberapa tahun terakhir. Berikut beberapa konsep strategi menurut beberapa ahli:

Chandler (1962) menyatakan Strategi sebagai alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya dalam suatu rencana kegiatan perusahaan. Strategi berupa tindakan yang senantiasa membutuhkan peningkatan dan dalam peningkatannya berdasarkan sudut pandang terbaik dari pelanggan. Dengan demikian perancangan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi” bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadnya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan (Hamel dan Prahalad, 1995). Definisi strategi yang dikemukakan oleh Chandler (1962) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayaguna dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut”. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep yang lain dapat menentukan keberhasilan dari strategi yang telah direncanakan. Dua konsep strategi yang berkaitan dengan pendapat Chandler tersebut, yakni: *Distinctive competenc* dan *competitive advantage*. Dua konsep ini berkaitan satu sama lain.

Berdasarkan pengertian strategi dari beberapa ahli dan menurut kamus besar bahasa Indonesia tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu kunci berhasilnya suatu perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya. Strategi berperan penting dalam tercapainya tujuan, oleh karena itu strategi yang dikembangkan dalam perusahaan harus memiliki konsep yang jelas. Agar perusahaan dapat berjalan dalam waktu/jangka panjang. Begitu juga dengan perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia. Perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia adalah perusahaan yang berdiri sejak tahun 2010. Perusahaan ini didirikan oleh bapak Hardian Khadafi. Perusahaan *Zhibond Coffee* dalam memberdayakan petani kopi rakyat Durjo membentuk komunitas yakni komunitas KOPIJO. Perusahaan ini bergerak di bidang produksi kopi, namun ketika terbentuk komunitas perusahaan tidak hanya menjalankan satu divisi tetapi semua divisi baik dalam perusahaan maupun dalam komunitas.

Berdasarkan tujuan perusahaan untuk mensejahterakan petani kopi, maka perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia mencoba melakukan suatu upaya pemberdayaan yakni melakukan pelatihan meningkatkan basis Hulu-hilir. Basis Hulu-Hilir yang dipakai oleh perusahaan *Zhibond Coffee* yakni berpatokan dari petani oleh petani dan untuk petani. Aktivitas yang ada di dalam basis Hulu-Hilir ini adalah terkait industri inovasi penyediaan input atau yang disebut Rantai pasok dan industri inovasi pengolahan hasil atau Rantai nilai. Rantai pasok dan rantai nilai penting dilakukan untuk memperlancar sebagaimana yang ada pada konsep agribisnis.

Agribisnis sebagai konsep ataupun aktivitas merupakan sebuah fakta sosial. Walaupun penggunaannya masih diperdebatkan, karena sudut pandang yang berbeda-beda. Dilihat dari segi hakikat yang sebenarnya, agribisnis itu sendiri dipandang kurang memihak petani kecil dan lebih berorientasi pada uang. Sebagai sebuah aktivitas dan proses, agribisnis merupakan sebuah sistem yang unik dan terbaaur menjadi satu kesatuan dari hulu sampai hilir. Dengan demikian cakupannya lebih luas dari kegiatan ekonomi pada umumnya,

Istilah agribisnis menurut Tjondronegoro (2003) tidak dikenal dalam pertanian tradisional tetapi kini sudah menjadi fakta sosial, maka pemahaman dan

penerapannya perlu diarahkan ke arah yang lebih tinggi secara sosial-ekonomi, terintegrasi dan multidimensi, yakni agribisnis sebagai sebuah sistem. Sebagai proses dan aktivitas yang tidak hanya berlangsung didalam ruang pedesaan, tetapi juga aktivitas dan proses diluar ruang yakni ruang pinggiran kota dan perkotaan. Kegiatan yang tidak hanya bertani tetapi juga kegiatan yang prosesnya dari hulu hingga hilir. Aktivitas yang secara sosial-ekonomi lebih bergengsi dan lebih dihargai oleh generasi selanjutnya, serta lebih menarik dari sekedar bertani. Secara sosio-ekologis membentang dari pedesaan hingga perkotaan dan memungkinkan teroetakan secara jelas interaksi antar input, proses, output dan outcomenya.

Sebagai suatu konsep dari negara maju, pemahaman agribisnis tidak boleh ditelan-bulat-bulat atau dimaknai secara negatif, penerapannya perlu di kaji, di internalisasi dan di inovasi agar ketimpangan yang ada seperti pandangan bahwa agribisnis condong ke atas dapat diperbaiki. Agribisnis memiliki definisi yang banyak sesuai perkembangan jaman. Terdapat setidaknya enam definisi yang diacu oleh para akademisi maupun praktisi akademis, salah satu diantaranya yakni agribisnis adalah keseluruhan dari serangkaian operasi yang terlibat dalam produksi dan distribusi input pertanian, pengolahan dan distribusi komoditas pertanian dan itemnya (John Davis and Ray Goldberg, 1957)

Penjelasan dari Saragih (1998) agribisnis meliputi empat sistem: pertama, subsistem agribisnis hulu yakni kegiatan yang menginovasi, memproduksi, dan mendistribusikan sarana produksi pertanian, baik industri alat mesin, pupuk, dan obat pengendalian hama. Kedua subsistem usaha tani yakni aktivitas produksi primer yang dimulai dari pengolahan lahan, memanfaatkan subsistem agribisnis hulu dan panen, ketiga, subsistem hilir yakni aktivitas penanganan pasca panen dan pengolahan berbagai hasil tani menjadi berbagai produk olahan dan produk turunan. Dan keempat subsistem penunjang seperti lembaga swadaya. Subbab selanjutnya akan dijelaskan mengenai subsistem hulu dan hilir terkait rantai pasok dan rantai nilai sebagai basis yang dipakai perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia.

2.6.1 Rantai Pasok

Menurut Wisner, Tanand Leong (2012) dalam Felea dan Albastroiu (2013) rantai pasok integrasi dari proses bisnis utama mitra dagang dari ekstraksi bahan mentah awal ke pelanggan akhir atau akhir, termasuk semua pengolahan menengah, transportasi dan kegiatan penyimpanan dan penjualan akhir kepada pelanggan produk akhir. Konsep rantai pasok atau *Supply Chain* merupakan konsep baru dalam melihat permasalahan logistik. Konsep lama melihat logistik lebih sebagai suatu persoalan intern masing-masing perusahaan dan pemecahannya dititikberatkan pada pemecahan secara intern di perusahaan masing-masing. Sedangkan pada konsep baru ini, masalah logistik dilihat sebagai masalah yang lebih luas dan memiliki alur yang lebih panjang di mulai dari bahan dasar mentah sampai barang jadi yang dipakai konsumen akhir yang merupakan mata rantai penyediaan barang.

Manajemen rantai suplai (SCM) adalah manajemen aktif dari kegiatan rantai pasokan untuk memaksimalkan nilai pelanggan dan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Ini merupakan upaya sadar oleh perusahaan rantai pasokan untuk mengembangkan dan menjalankan rantai pasokan dengan cara yang paling efektif & efisien. Kegiatan rantai pasokan mencakup semuanya mulai dari pengembangan produk, sumber, produksi, dan logistik, serta sistem informasi yang diperlukan untuk mengkoordinasikan kegiatan ini (SCRC SME, 2017). Berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan bahwa rantai pasok merupakan jembatan dalam penyaluran barang dan jasa pada konsumen secara efisien pada waktu yang tepat dalam jumlah yang tepat dan tempat yang tepat. Selain untuk memenuhi kualitas pelayanan pada konsumen, ada beberapa elemen yang memiliki kepentingan-kepentingan yang sama yaitu *suppliers* (pemasok), *manufacturer* (manufaktur), *distribution* (distribusi), *retail* (pengecer), dan *customer* (pelanggan).

1. Pemasok

Jembatan awal dalam penyaluran barang dan jasa ini adalah *suppliers* (pemasok), pemasok merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama pada

mata rantai penyaluran barang yang dimulai. Bahan pertama ini misalnya bahan baku, bahan mentah, bahan dagangan dan sebagainya. Pemasok dapat berjumlah banyak atau sedikit, tapi umumnya jumlah *suppliers* banyak.

2. Manufaktur/*Manufacturer*

Jembatan kedua setelah pemasok adalah *manufacturer*, istilah lain dari manufaktur ini adalah *assembler* atau *fabricator*. Tujuan dari adanya *manufacturer* ini adalah melakukan pekerjaan, membuat, memfabrikasi, merakit, mengasembling, dan apapun itu yang dapat menyelesaikan barang.

3. *Distribution*

Barang yang sudah jadi atau barang yang telah dihasilkan oleh *manufacturer* kemudian disalurkan ke pelanggan. Proses penyaluran barang ini dapat dilakukan dengan banyak cara, namun agar lebih efisien penyaluran ini umumnya disalurkan melalui *distributor* dan sebagian besar yang menempuh jalur *distributor* ini adalah *supply chain*. Setelah sampai pada *distributor*, *distributor* menyalurkan kembali dalam jumlah yang besar atau kecil kepada pengecer

4. *Retail outlets* (pengecer/pedagang besar)

Pedagang besar umumnya memiliki fasilitas gudang sendiri atau dapat juga menyewa dari pihak lain. Gudang milik pribadi atau sewaan ini fungsinya untuk menyimpan barang-barang dari *distributor* untuk kemudian disalurkan lagi ke pihak pengecer. Dalam hal ini secara tidak langsung memperoleh penghematan dalam bentuk jumlah biaya gudang dan *inventories* dengan model desain.

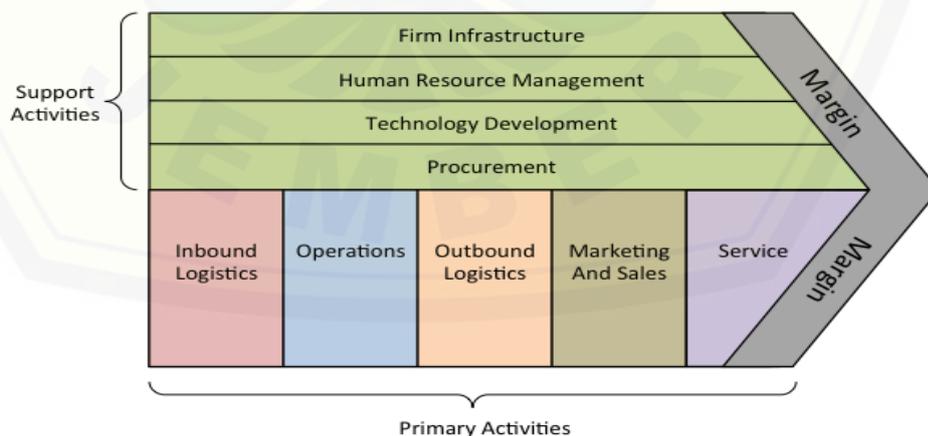
5. Pelanggan

Setelah barang sampai ditangan pengecer, pengecer menawarkan barangnya langsung kepada pelanggan tau pembeli atau pengguna barang. Dalam pengertian *outlets* ini termasuk toko, supermarket, kedai, departemen store dan lainnya dimana pembeli akhir melakukan pembelian. Secara fisik mata rantai ini dapat

dikatakan sebagai mata rantai yang terakhir, namun sebenarnya masih ada lagi yakni rantai mata rantai dari pembeli. Kepada *real user* atau pengguna yang sebenarnya. Mata rantai *supply* benar-benar dikatakan berhenti ketika barang sudah sampai kepada pelanggan atau pemakai langsung atau *real customers*.

2.6.2 Rantai Nilai atau *Value Chain*

Konsep ini sangat penting dilakukan setelah konsep rantai pasok. Menurut Porter (1985) konsep rantai nilai menyediakan suatu kerangka yang sesuai untuk menjelaskan bagaimana suatu kesatuan organisasi/perusahaan dalam mempertimbangkan pengalokasian sumber daya dan pengefektifan biaya yang ada. Rantai nilai merupakan alat yang digunakan untuk mengidentifikasi cara-cara agar menghasilkan nilai tambah dari konsumen. Rantai nilai ini memunculkan model keseluruhan nilai yang terdiri dari aktifitas profit dan nilai. Adapun aktifitas nilai terbagi menjadi lima bagian yakni: aktifitas utama dan empat aktifitas pendukung. Aktifitas utama digambarkan secara berurutan yaitu bahan (biji kopi), di ubah menjadi barang jadi, mengirim barang yang sudah jadi, menjual barang tersebut, dan memberikan layanan pelanggan (*customer service*). Lebih jelasnya kegiatan Rantai nilai dapat di gambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 kegiatan rantai nilai
Sumber: Porter (1985)

Berikut penjelasannya:

- Istilah *margin* (batas) menyiratkan bahwa keuntungan dalam perusahaan/organisasi tergantung pada kemampuan mereka untuk mengelola hubungan antara semua kegiatan yang ada dalam rantai nilai. Dengan kata lain perusahaan/organisasi seperti *Zhibond Coffee* mampu menyediakan produk kopi dengan kualitas baik dan pelanggan bersedia membayar sesuai atau melebihi harga yang ditawarkan.
- **Aktivitas utama**

Aktivitas utama adalah aktivitas yang menyumbang dalam hal penciptaan fisik barang hasil produksi, penjualan dan pendistribusiannya kepada pembeli, dan juga layanan kepada pelanggan. Jadi aktivitas utama merupakan hal yang dilakukan pertama kali dalam menghasilkan barang produksi, selain itu juga pada penjualan dan pendistribusian. Beberapa kategori dalam aktivitas pendukung ini diantaranya adalah logistik masuk, logistik keluar, operasi, marketing, penjualan, dan pelayanan. Berikut penjelasan mengenai beberapa kategori tersebut:

 - a. *Logistik masuk*, pada bagian ini terkait dengan penerimaan, penyimpanan dan pendistribusian input menjadi produk.
 - b. *Operasi atau operation*, segala aktifitas yang berhubungan dengan pengubahan input menjadi bentuk akhir dari produk. Seperti produksi, pemaketan, perawatan, pembuatan, fasilitas, peralatan, jaminan kualitas, dan perlindungan terhadap lingkungan.
 - c. *Logistik keluar*, yakni aktifitas yang berhubungan dengan penyimpanan, pengumpulan, dan pendistribusian secara fisik atau pelayanan terhadap pelanggan.
 - d. *Pemasaran dan sales*, yakni kegiatan yang berhubungan dengan pembelian produk dan layanan oleh pengguna dan mendorong pelanggan untuk membeli produk yang dibuat. Sales dan pemasaran memiliki rantai nilai khusus yaitu *marketing management, advertising, sales force administration, sales force operation, technical literature* dan *promotion*.
 - e. *Service*, adalah kegiatan yang berhubungan dengan penyediaan layanan untuk meningkatkan atau merawat nilai dari suatu produk seperti:

perbaikan, pelatihan, instalasi, perbaikan bimbingan teknis dan suplai bahan

- Aktivitas pendukung

Aktivitas pendukung adalah kegiatan yang mendukung terjadinya aktivitas utama dan juga saling membantu satu sama lain. Ada empat kegiatan dalam aktivitas pendukung ini yakni: sumber daya manusia, pengembangan teknologi, pembelian atau pengadaan, dan infrastruktur perusahaan. Berikut penjelasannya:

- a. Infrastruktur perusahaan, adalah kegiatan, biaya, dan asset yang berkaitan dengan manajemen umum, keuangan, keamanan dan keselamatan system informasi dan kegunaan lainnya.
- b. Sumber daya manusia, merupakan kegiatan yang terdiri atas keterlibatan beberapa elemen seperti penerimaan, pelatihan, pengembangan, dengar pendapat, mengembangkan tingkat keahlian pekerja dan kompensasi untuk semua tipe personil.
- c. Teknologi, yakni kegiatan yang berhubungan dengan biaya kaitannya dengan perbaikan produk, perancangan peralatan, pengembangan perangkat lunak computer, sistem telekomunikasi, pengembangan dukungan sistem berbantuan computer dan perbaikan proses.

Rantai nilai dapat dianalogikan sebagai suatu trik rantai kegiatan dimana pelaku bisnis (pemilik perusahaan) harus mampu memilah setiap keputusan-keputusan terbaiknya dari setiap aktivitas perusahaan, sehingga mendapatkan nilai aktivitas yang rendah (murah) dan biaya sebuah produk dihitung berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas-aktivitas nilai tersebut. Dapat disimpulkan semakin rendah nilai aktivitas maka semakin rendah biaya produksi produk.

Untuk pengoptimalan aktivitas suatu perusahaan, perusahaan dapat melakukan pengoptimalan dengan membagi aktivitas berdasarkan tingkat kebutuhan yakni dengan apa yang telah di jelaskan sebelumnya dengan membagi aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Memilah kebutuhan utama dan pendukung sebuah perusahaan, dapat mempermudah untuk mengetahui koordinasi antar aktivitas dalam sebuah aktivitas perusahaan. Dan jika terjadi suatu masalah, akan dengan mudah juga mengambil sebuah keputusan terkait aktivitas yang akan

diminimalisir, sehingga dapat menekan nilai yang ada atau biaya akan lebih rendah.

2.7 Konsep Petani Kopi

Petani merupakan mereka yang seluruhnya bekerja bercocok tanam, baik yang memiliki lahan maupun tidak memiliki lahan garapan. Menurut Sudaryo Soimin dalam Velania (2017) bahwa yang disebut manusia tani adalah mereka yang mata pencahariannya (pokok) mengusahakan tanah pertanian. Rumusan pada pasal 1 undang-undang no.19 tahun 2013, pada ayat 3 yang disebut petani adalah warga negara Indonesia perseorangan dan atau beserta keluarganya yang melakukan usaha tani di bidang tanaman pangan, hortikultura, perkebunan dan peternakan.

Berkaitan dengan hal tersebut, ada dua konsep mengenai petani yaitu *peasants* dan *farmers*. *Peasants* adalah petani yang memiliki lahan sempit dan memanfaatkan sebagian besar dari hasil pertanian yang diperolehnya untuk kebutuhan hidupnya. Petani kopi di dusun Durjo desa Karangpring Sukorambi merupakan petani menengah. Mereka hanya memiliki sedikit lahan disekitar atau di dekat area perkebunan Durjo milik perusahaan swasta (perseroan terbatas). Dengan lahan yang sedikit, semaksimal mungkin menghasilkan kopi untuk dijual sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, walaupun yang diperoleh dari penjualan tidak sebanding dengan jumlah kopi yang dihasilkan. Karena sebelum bermitra dengan perusahaan *Zhibond Coffee*, *mindset* petani kopi belum berkembang.

Petani kopi di dusun Durjo tidak memikirkan masa yang akan datang. Ketika petani kopi membutuhkan uang, tanpa pikir panjang kopi atau hasil panen kopi mereka jual, entah dalam sistem ijon ataupun dijual langsung dengan harga yang relatif rendah. Namun setelah bermitra dengan perusahaan *Zhibond Coffee* pola pemikiran mereka lambat laun berubah.

2.8 Konsep Ilmu Kesejahteraan Sosial

Ilmu kesejahteraan sosial adalah ilmu terapan yang mengkaji dan mengembangkan kerangka pemikiran. Selain itu juga mengkaji dan mengembangkan metodologi yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan banyak cara misalnya seperti meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pemberdayaan dan pengelolaan masalah sosial. Kesejahteraan sosial tidak dapat dilepaskan dari apa yang telah di rumuskan dalam undang-undang no 11 tahun 2009 tentang kesejahteraan sosial pasal 1 ayat 1:

“Kesejahteraan sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual dan sosial warga Negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya”

Kesejahteraan sosial dalam arti yang luas mencakup berbagai tindakan yang dilakukan manusia untuk mencapai taraf kehidupan yang lebih baik ini tidak hanya diukur secara ekonomi dan fisik belaka, tetapi juga ikut memperhatikan aspek sosial, mental, dan segi kehidupan spiritual (Adi, 2013).

Sesuai dengan makna kesejahteraan sosial tersebut, maka setiap orang berhak untuk mendapat kehidupan yang layak dari berbagai sisi. Setiap orang yang dimaksud adalah secara keseluruhan, siapa saja tidak pandang bulu. Seperti halnya para petani kopi. Petani kopi juga berhak atas kehidupan yang layak dengan berbagai kebutuhan yang memang dibutuhkan dapat terpenuhi dengan baik. Dalam proses pemenuhan kebutuhan tidak serta merta petani kopi langsung mendapatkan apa yang diinginkan dengan kualitas kerja yang bisa dibilang biasa-biasa saja. Jadi untuk memenuhi kebutuhannya agar lebih baik kinerja petani juga harus lebih baik dari sebelumnya. Menurut Mangkunegara (Dalam Kadir, Marnis dan Machasin 2012) kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi (Amstrong, Michael, dan Baron, 1998). Atmosoeperto (Dalam Pratiwi, 2016) merinci beberapa aspek yang berhubungan dengan kinerja antara lain : Kemampuan

(competence) merupakan fungsi dari pengetahuan dan ketrampilan. Commitmen adalah pengaruh *confidence* dan *motivation*. *Confidence* adalah rasa keyakinan diri seseorang melakukan tugas yang baik tanpa banyak diawasi, sedangkan *motivation* adalah minat atau antusias seseorang untuk melakukan suatu tugas dengan baik. Oleh karena itu dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas petani kopi, perusahaan secara tidak langsung merubah sedikit demi sedikit mindset petani kopi dengan memberikan wawasan bagaimana petani kopi dapat mengambil sikap ketika makelar muncul juga apa yang harus dilakukan agar produksi kopi menjadi layak guna, serta penguatan atas kinerja para petani kopi agar lebih berkembang daripada sebelumnya.

2.9 Kajian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai acuan kerangka berfikir untuk mengkaji masalah dan juga sebagai pendukung dalam melakukan penelitian. Kajian terhadap penelitian terdahulu diambil dari berbagai penelitian yang berhubungan dengan konsep-konsep pemberdayaan. Meskipun memiliki perbedaan objek penelitian, lokasi, dimensi waktu, pembahasan dalam penelitian terdahulu dapat dijadikan rujukan teoritik dalam penelitian ini.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai acuan dan bahan pertimbangan dalam penelitian ini adalah pertama, penelitian yang dilakukan oleh Hapsari, H., Djuwendah, E., dan Yusup, A (2014), Fakultas Pertanian dan Teknologi Industri petanian (UNPAD), dengan judul pemberdayaan kelompok tani hutan melalui pengembangan agribisnis kopi, dalam hasil penelitian ini sebelum adanya pemberdayaan kelompok tani melalui program pengelolaan hutan bersama masyarakat (PHBM) produktivitas kopi masih rendah sekitar 1Ton/Ha, dan belum ada pengelolaan pasca panen.

Adanya program ini kelompok tani dapat pengolahan hasil panen kopi dengan menggunakan mesin, petani dapat menghasilkan biji kopi keing bermutu baik, pengetahuan dan ketrampilan petani lebih baik dalam hal pembibitan, pengelolaan pasca panen, pengendalian hama terpadu pengelolaan usaha tani, dan

sikap positif dalam membangun kelompok. Kesamaan penelitian ini dengan yang dilakukan peneliti adalah sama-sama dalam usaha meningkatkan kesejahteraan petani kopi melalui program/kegiatan pemberdayaan. Namun perbedaannya program/kegiatan pada penelitian Hapsari, H., Djuwendah, E., dan Yusup, A adalah melalui perhutani, sedangkan yang dilakukan oleh peneliti adalah perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia.

Kedua, penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan adalah penelitian milik Warkonah (2011), Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (UIN SUKA), dengan judul upaya peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui Usaha pertanian Bawang Merah di Desa Tegalgandu Wanasari Brebes. Dalam hasil penelitian ini, Warkonah memaparkan bahwa sebelum adanya upaya peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat yang berupa: penyediaan modal, diadakan penyuluhan pertanian, manajemen, usaha dan pemasaran hasil usaha pertanian, masyarakat desa Tegalgandu sering mengalami kerugian dalam usaha pertaniannya karena dalam proses perawatan bawang tanaman, mereka tidak mendapat arahan dari ahlinya. Setelah petani mengikuti program atau kegiatan yang ada di gapoktan dan besman kemudian menerapkan ilmu yang didapat dari penyuluhan pertanian, akhirnya petani merasakan dampaknya. Adapun dampak yang dirasakan petani adalah hasil panen mengalami peningkatan.

Persamaan penelitian Warkonah dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program/kegiatan pemberdayaan. Namun perbedaannya program/kegiatan pada penelitian Warkonah adalah melalui kelembagaan desa, sedangkan yang dilakukan oleh peneliti adalah perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia.

Penelitian selanjutnya dari Abdul Haris (2010) jurusan Ilmu Sosial Dan Ilmu politik (universitas Jember) yang berjudul pemberdayaan petani melalui program pupuk organis Bokasi". Penelitian ini berlokasi di desa Bangorejo kecamatan Gumukmas Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan yang dilakukan adalah dengan mengembangkan usaha

pertnin. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan memberikan penyuluhan kepada petani. Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti yaitu sama-sama tentang pemberdayaan. Yang membedakan penelitian ini dengan fenomena yang akan diteliti terletak di fokus penelitian, lokasi penelitian, dan objek penelitian.

2.10 Kerangka berfikir penelitian

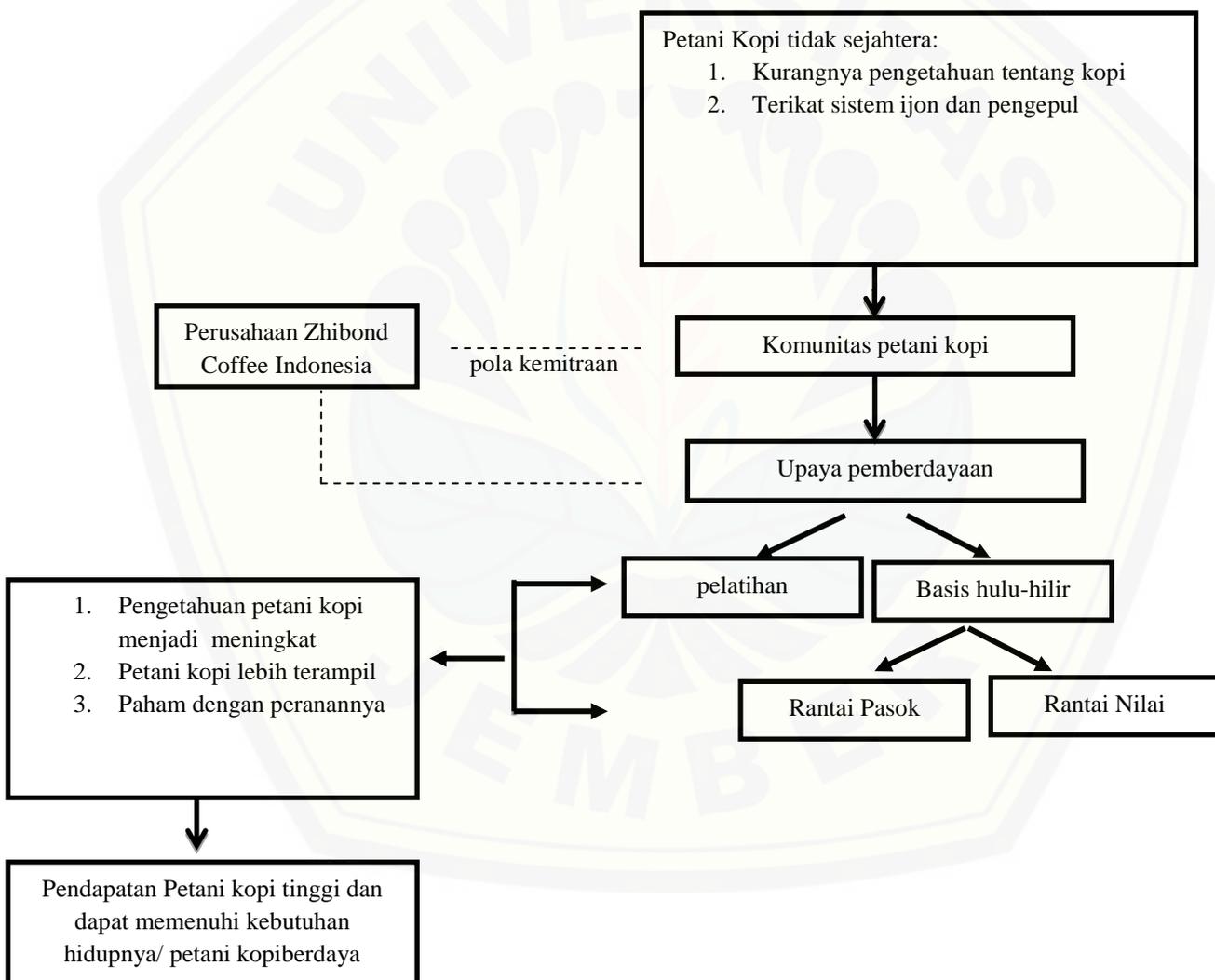
Kerangka berfikir merupakan acuan untuk memecahkan masalah dalam penelitian. Keangka berfikir ini berfungsi untuk menjelaskan fenomena yang sedang diteliti, sehingga tujuan dan fokus penelitian tergambar jelas. Adanya kerangka berfikir dalam penelitian ini untuk menjelaskan atau mendeskripsikan terkait dengan pemberdayaan masyarakat komunitas petani kopi oleh perusahaan *Zhibond Coffee*.

Perusahaan *Zhibond Coffee* merupakan perusahaan yang terletak di pinggiran kota. Perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia melakukan suatu pemberdayaan kepada petani kopi rakyat. Awal mitra ini terjadi karena kondisi petani kopi yang belum sejahtera. Kebanyakan petani kopi disana melakukan usaha perkebunan kopi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Banyak persoalan yang dihadapi petani kopi seperti rendahnya pengetahuan tentang budidaya kopi dengan kualitas terbaik, kurangnya jaringan yang dimiliki untuk pendistribusian kopi yang dihasilkan, petani kopi yang masih melakukan sistem ijon dan kurangnya dukungan atas modal dan sarana produksi. Kondisi tersebut membuat perusahaan *Zhibond Coffee* akhirnya menggandeng petani kopi rakyat dengan membentuk komunitas petani kopi rakyat.

Komunitas petani kopi ini dibentuk oleh perusahaan dengan upaya pemberdayaan berbasis hulu-hilir yang di dalamnya terdapat rantai pasok dan rantai nilai guna tujuan akhirnya untuk meningkatkan kesejahteraan petani kopi rakyat. Komunitas ini merupakan komunitas lokal yang tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas manusia dan memberdayakan para petani kopi yang bermitra dengan perusahaan *Zhibond Coffee*. Pemberdayaan yang dilakukan oleh perusahaan *Zhibond Coffee* melalui kegiatan yang diprakarsai oleh komunitas yakni melalui penambahan wawasan dan jaringan sehingga petani kopi tidak lagi melakukan sistem ijon, pelatihan menghasilkan biji kopi kualitas terbaik dengan pengoptimalan proses di bagian hulu pada rantai pasok, dan pengoptimalan proses dibagian hilir rantai nilai. Pada proses hulu rantai nilai

fokusnya ada pada komunitas petani kopi dalam menghasilkan biji kopi terbaik. Sedangkan dibagian hilir yang melakukannya adalah pihak perusahaan. Walaupun berbeda peran yang dilakukan dalam rantai pasok dan rantai nilai ini, namun keduanya saling berkaitan satu sama lain. Tujuan akhirnya adalah meningkatkan kesejahteraan petani kopi. Dapat dijelaskan dengan kerangka berfikir sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka berfikir



BAB III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu bentuk usaha yang dilakukan peneliti untuk dapat menemukan kebenaran dari suatu fenomena atau kejadian nyata berdasarkan permasalahan yang diteliti. Metode penelitian memiliki peran penting dalam sebuah penelitian, karena ketika melakukan penelitian, dibutuhkan suatu metode untuk dapat menganalisis fenomena atau kejadian nyata tersebut yang dianggap menarik bagi peneliti.

Penelitian adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyimpulkan data dengan menggunakan metode dan teknik tertentu dalam rangka mencari jawaban atas permasalahan yang dihadapi (Sugiyono, 2015).

3.1 Pendekatan Penelitian Kualitatif

Pendekatan penelitian merupakan suatu metode ilmiah yang digunakan peneliti dalam melakukan suatu penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, karena pada hakikatnya penelitian ini menggambarkan, menjelaskan dan menerangkan suatu fenomena yang terjadi sesuai dengan data yang diperoleh oleh peneliti.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada proses interaktif (Neuman, 2014:17). Dari pernyataan tersebut dapat dimaknai bahwa Menurut Moleong (2014:5) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, karena peneliti akan mendeskripsikan dengan menjelaskan, menerangkan dan menggambarkan fenomena yang terjadi pada perusahaan *Zhibond Coffee* beserta yang berkaitan dengan perusahaan tersebut. Hal ini bertujuan agar dapat memahami permasalahan yang terjadi, sehingga harapan selanjutnya peneliti

dapat menganalisis bagaimana strategi perusahaan Zhibond Cofffee berbasis hulu hilir ini dapat meningkatkan kesejahteraan petani kopi di perkebunan kopi rakyat Durjo.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Jenis penelitian ini dipilih karena lebih tepat untuk menjelaskan dan menggambarkan fenomena secara keseluruhan. Yang dimaksud dengan menggambarkan fenomena secara keseluruhan ini adalah menggambarkan apa saja, mengapa, dan bagaimana suatu kejadian atau fenomena dapat terjadi.

Menurut Sugiyono (2012:21) menyatakan penelitian deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk penelitian yang lebih luas. Jadi jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini tepat jika menggunakan jenis penelitian deskriptif, karena merujuk pada pernyataan Sugiyono penelitian deskriptif ini tujuannya sesuai dengan tujuan peneliti yakni menggambarkan fenomena secara keseluruhan.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian sangat penting dilakukan oleh seseorang yang akan melakukan suatu penelitian. Karena langkah awal yang dilakukan oleh peneliti dalam kegiatan penelitian adalah menentukan wilayah yang akan dijadikan sebagai lokasi penelitian. Selain merupakan langkah awal, lokasi penelitian juga untuk memperjelas fokus penelitian atau permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti.

Dengan ditentukannya lokasi penelitian, hal ini akan mempermudah peneliti dalam proses mendapatkan data dan informasi terkait dengan tema yang diteliti, sehingga peneliti memiliki peluang besar untuk mendapatkan informasi atau peneliti akan dapat menemukan jawaban atas masalah yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih lokasi di tempat komunitas petani kopi Durjo berkumpul yakni di dusun Durjo desa Karangpring kecamatan Sukorambi Jember. Alasan penekiti memilih lokasi ini karena dusun Durjo merupakan tempat komunitas berkumpul dan lahan untuk penanaman kopi petani kopi rakyat juga letaknya di desa tersebut. Jadi ketika pemberdayaan dilakukan, pihak perusahaan datang ke lokasi komunitas berkumpul. Peneliti memilih lokasi ini karena dianggap dapat menghasilkan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan oleh peneliti.

3.4 Teknik penentuan informan

Selain lokasi penelitian, teknik penentuan informan juga penting dilakukan. Karena dalam kegiatan penelitian informan sangat dibutuhkan untuk menggali informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Jika penentuan informan tidak tepat sasaran dampaknya juga akan terjadi pada hasil penelitian, karena informasi bisa saja tidak sesuai jika penentuan informan tidak dilakukan.

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong, 2014:132). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa orang yang dijadikan informan adalah orang yang memiliki pengalaman mengenai latar belakang penelitian, selain itu juga ia secara sukarela menjadi anggota tim peneliti baik secara formal ataupun informal. Resiko atas ketersediaannya menjadi tim, ia harus bisa memberikan pandangan dari segi orang dalam seperti mengenai beberapa hal yakni tentang sikap. Nilai-nilai, budaya, bangunan, dan kebudayaan yang menjadi latar belakang dari penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penentuan informan dengan teknik *purposive*. Purposive adalah penentuan sumber data pada orang yang akan diwawancarai atau dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Penentuan informan dicari dari orang yang benar-benar mengetahui tentang fenomena dan data yang diperlukan (Moleong,2014:52). Alasan peneliti

menggunakan metode *purposive* sebagai metode penelitian karena peneliti telah melakukan observasi awal sebelum penelitian dilakukan, sehingga peneliti dapat mengetahui siapa saja yang dianggap mengerti dan dijadikan informan pokok nantinya.

Terkait dengan teknik penentuan informan, ada dua tipe informan yang digunakan peneliti yaitu informan pokok dan informan tambahan.

3.4.1 Informan pokok

Informan pokok adalah orang yang secara langsung dapat memberikan informasi penting untuk diteliti. Sedangkan menurut (Suyanto dan Sutinah, 2005:172) informan pokok adalah mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian, selain itu informan pokok juga dapat memfasilitasi akses peneliti terhadap berbagai sumber data yang diperlukan. Penentuan informan pokok dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive* karena peneliti melihat bahwa informan mengetahui informasi atau data-data penting yang dibutuhkan dalam penelitian. Sehingga peneliti memilih pemilik perusahaan sebagai pihak pemberdaya yang memberdayakan petani kopi dan pengurus komunitas petani kopi yang terdapat dalam komunitas petani kopi tersebut sesuai dengan fenomena dilihat dari perspektif peneliti. Adapun kriteria informan pokok yang ditetapkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Subjek yang terlibat secara penuh, aktif dan mengetahui kegiatan yang menjadi fokus penelitian yaitu terkait upaya perusahaan dalam memberdayakan petani kopi rakyat untuk meningkatkan kesejahteraan. Dalam hal ini ialah pengurus inti dan seksi-seksi yang mengurus komunitas petani kopi.

Penentuan informan pokok dapat menggunakan metode *purposive* sesuai dengan pemaparan sebelumnya, digambarkan pada tabel berikut:

Teknik penentuan Informan	kategori informan	jumlah	Inisial
<i>Purposive</i>	Pembina/pemilik		

Perusahaan	1	HK
Seksi-seksi pengurus Komunitas	3	AM SR M
Jumlah	7	informan

(Sumber: diolah peneliti pada tanggal 28 Agustus 2018)

Adapun informan pokok dalam penelitian ini adalah pemilik perusahaan sebagai pemberdaya dan seksi-seksi pengurus komunitas yang terlibat dalam kegiatan komunitas petani kopi rakyat, diantaranya sebagai berikut:

a. Informan HK

Informan HK berasal dari Situbondo dan merupakan salah seorang lulusan diploma yang lebih memilih menjadi pengusaha di bidang perkebunan. Beliau pindah dari Situbondo dan tinggal di Perumahan Pesona Milenia Blok E 26 Mangli, Kaliwates Jember yang menjadi satu dengan kantor perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia sebagai pemberdaya petani kopi rakyat. Informan merupakan pemilik sekaligus pembina komunitas petani kopi rakyat selama bermitra dengan petani kopi rakyat durjo selama kurang lebih 13 tahun.

b. Informan AM

Informan AM adalah salah satu staf pegawai di kantor perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia yang berasal dari Perumahan Pesona Milenia Blok E 25 Mangli, Kaliwates Jember informan adalah sekretaris perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia sekaligus yang mengurus komunitas petani kopi rakyat yang cukup mengetahui latar belakang adanya mitra antara perusahaan dengan petani kopi rakyat, dan mengetahui bagaimana pemberdayaan dilakukan oleh perusahaan kepada petani kopi melalui komunitas petani kopi yang di bentuk.

c. Informan SR

Informan SR adalah sebagai pengelola unit usaha yang ada di komunitas petani kopi rakyat. Informan HD merupakan orang yang cukup mengetahui tentang proses pelaksanaan pemberdayaan yang dilakukan perusahaan terhadap komunitas petani kopi rakyat.

d. Informan M

Informan M adalah informan yang berasal dari Gumukmas Jember berusia 25 Tahun dan bekerja di perusahaan selama kurang lebih 3 tahun sebagai anggota pengurus komunitas juga sebagai petani kopi. Beliau berprofesi sebagai pengelola biji kopi milik perusahaan hasil distribusi dari komunitas petani kopi rakyat Durjo. Informan cukup mengetahui bagaimana proses pelaksanaan unit pengelolaan biji kopi sampai proses pemasaran kopi.

3.4.2 Informan Tambahan

Informan tambahan adalah mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti (Suyanto dan Sutinah, 2005:172). Adanya informan tambahan diperlukan sebagai pendukung dari informan pokok. Informan tambahan setidaknya memiliki wawasan atau pengetahuan mengenai kontribusi dari kerjasama yang dilakukan petani kopi dan perusahaan dalam makna lain memiliki keterlibatan dari dampak yang didapatkan oleh petani kopi yang bekerjasama dengan perusahaan *Zhibond Coffee*. Adapun kriteria dari informan tambahan ini adalah mereka yang memiliki pengetahuan mengenai objek penelitian, bertempat tinggal di lokasi sekitar tempat penelitian, bekerja dapat memberikan keterangan mengenai objek penelitian secara jelas dan objektif, memberikan keterangan sebagai pihak lain disamping pihak yang ditunjuk sebagai informan pokok, serta dapat memberikan keterangan yang tidak dikuasai oleh informan pokok. Berdasarkan kriteria tersebut, maka informan pokok dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Informan N

Informan N berusia 55 tahun merupakan warga dusun Durjo desa Karangpring. Informan N merupakan anggota komunitas KOPIJO (komintas petani kopi rakyat Durjo). informan N merupakan anggota komunitas yang tergabung sejak pertama komunitas ini dibentuk dan merupakan saksi penanaman dan pengolahan kopi dalam komunitas KOPIJO (komunitas kopi rakyat Durjo).

2) Informan HP

Informan HP merupakan anggota komunitas yang bergabung dari awal komunitas ini ada. Informan merupakan saksi penanam kopi dan pengolahan biji kopi

3) Informan L

Informan L berusia 46 tahun merupakan salah satu anggota komunitas KOPIJO. Informan L berasal dari dusun Durjo desa Karangpring. Informan L bergabung sejak awal dibentuk komunitas petani kopi rakyat Durjo. informan K merupakan salah satu anggota yang merasakan dampak dari adanya pemberdayaan yang dilakukan perusahaan melalui komunitas KOPIJO (komunitas kopi rakyat Durjo). pekerjaan utama informan L adalah sebagai petani.

4) Informan HD

Informan HD merupakan salah satu anggota komunitas KOPIJO. Informan berusia 35 tahun. Informan merupakan penduduk asli dusun Durjo Karangpring dengan pekerjaan utama sebagai petani kopi

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperlukan untuk mendapatkan data akurat yang mendukung keberhasilan dari suatu penelitian. Pengumpulan data merupakan proses penyediaan data yang akan di gali kemudian data tersebut akan mengarah pada hasil dari penelitian yang diperoleh. Menurut Sugiyono (2014:62) “Teknik

pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan". Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara, *setting*, dan sumber. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui:

3.5.1 Teknik observasi atau pengamatan

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan secara cermat serta sistematis sehingga diperoleh gambaran yang tepat tentang apa yang diteliti. Burhan (2013:143) menjelaskan bahwa observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, dengan cara diamati oleh peneliti secara langsung. Dalam arti bahwa data tersebut dapat dihimpun melalui pengamatan peneliti melalui pancaindera.

Alasan peneliti melakukan observasi adalah karena peneliti ingin memberikan gambaran nyata dalam kegiatan secara natural, tujuannya untuk menjawab pertanyaan dan membantu proses pemahaman perilaku masyarakat khususnya petani kopi yang berguna dalam analisis data yang dikaji. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi sebagai tahap awal untuk mengetahui kondisi lapangan.

Sanafiah Faisal (1990) mengklarifikasikan observasi menjadi observasi berpartisipasi (*participant observation*), observasi yang secara terang-terangan dan tersamar (*overt observation and covert observation*), dan observasi yang tidak berstruktur (*unstructured observation*). Selanjutnya Herdiansyah (2013:145) mengemukakan bahwa teori observasi klasik terdapat bentuk observasi secara umum yang terdiri dari dua bentuk, yaitu:

a. Participant observer

Participant observer adalah peran dalam observasi yang dipilih observer untuk mengambil bagian dan terlibat secara langsung dengan aktivitas yang dilakukan observer/subjek penelitian.

b. Non-participant observer

Non-participant observer adalah peran dalam observasi yang dipilih dimana dalam melakukan pengamatan, penelitian tidak harus mengambil peran dan terlibat dengan aktivitas subjek penelitian.

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan *Non-participant observer* dikarenakan teknik ini dianggap berguna untuk mengecek antara realitas dengan jawaban informan. Selain itu teknik ini seringkali mencapai keberhasilan dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian daripada metode lainnya dan juga proses pelaksanaan kegiatan yang dilakukan komunitas petani kopi rakyat Durjo (Kopijo), peneliti tidak terlibat langsung dalam seluruh kegiatan yang ada pada proses pemberdayaan komunitas kopi yang dilakukan perusahaan.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah dengan mendatangi lokasi penelitian dan mengadakan pengamatan situasi yang terjadi di lingkungan desa Karangpring Durjo Sukorambi Jember. Berikut ini pemaparan observasi yang dilakukan peneliti sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan:

Observasi dilakukan pada tanggal 19 April 2018 pukul 10:00 WIB, dilakukan di sekitar wilayah desa Karangpring dusun Durjo Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember . selama observasi peneliti berkeliling area perkebunan milik petani kopi rakyat Durjo. ada 2 jenis kopi yang di tanam yaitu *arabika dan robusta* yang menjadi salah satu komoditas yang ada di perkebunan rakyat Durjo.

Observasi pada tanggal 22 April 2018 pukul 11:00 WIB dilakukan di wilayah perum Milenia Kaliwates Mangli Jember dimana dalam observasi ini peneliti melakukan penelitian di kantor perusahaan *Zhibond Coffee* informan KH selaku pembina komunitas Kopija dan sebagai pemilik perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia. Rumah informan KH selain sebagai tempat tinggal juga merupakan kantor perusahaan *Zhibond Coffee*, dimana dalam bangunan rumah tersebut terbagi menjadi dua bagian. Bagian depan digunakan sebagai kantor perusahaan *Zhibond Coffee* dan bagian belakang sebagai tempat tinggal informan HK. Didalam perusahaan

ini terdiri dari 4 pegawai yang semuanya adalah laki-laki. Kondisi perusahaan cukup sempit karena banyaknya kopi hasil dari distribusi petani kopi rakyat, juga terdapat mesin penggiling kopi berukuran besar dan kecil yang mempersempit ruang.

Observasi tanggal 25 April pukul 13:00 WIB dilakukan di rumah Informan KH dilakukan untuk kedua kalinya. Informan KH menyampaikan mengenai gambaran singkat komunitas petani kopi rakyat Durjo. Informasi-informasi yang disampaikan tersebut menunjukkan bahwa informan KH cukup memahami sejarah terbentuknya komunitas petani kopi Durjo.

Observasi tanggal 28 April 2018 dilakukan di rumah SR yang merupakan ketua dari komunitas yang didirikan perusahaan. Pada proses observasi ini bertepatan ketika komunitas berkumpul di kediaman informan SR. Pada perkumpulan tersebut terlihat hubungan satu sama lain harmonis layaknya keluarga erat dan hangat, hal ini terlihat setiap diadakan perkumpulan banyak yang hadir. Ketika perkumpulan ini terjadi yang adalah diskusi mengenai kopi yang dihasilkan masing-masing anggota pada akhir panen kemarin.

Observasi pada tanggal 3 Mei 2018 dilakukan di rumah informan M. Pada saat itu informan bersama anggota yang lain memilih dan memilah biji kopi berkualitas dan tidak yang sudah di panen dan sudah dilakukan proses *grinder* sebelumnya. Peneliti mengamati proses yang terjadi. Partisipasi anggota yang kompak dan benar-benar fokus pada pemilahan biji kopi menjadi terlihat harmonis dan solid.

3.5.2 Teknik Wawancara

Teknik wawancara dapat disebut juga dengan teknik interview. Menurut Bungin (2001) teknik wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden, dengan atau tanpa menggunakan pedoman

wawancara. Sugiyono (2008:233) membagi wawancara ke dalam tiga kategori yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur.

Peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur, karena walaupun sifatnya bebas peneliti tetap mengacu pada *guide interview*. Peneliti tidak harus terkungkung pada pertanyaan dan jawaban, juga tidak terlalu bebas dalam proses wawancara karena tetap pada alurnya.

Untuk mencegah terjadinya pelebaran data dan informasi (melebihi batas yang ditentukan) yang dapat berakibat pada ketidak fokusan data, maka peneliti sebelumnya telah menetapkan isu-isu strategis pembicaraan secara garis besarnya saja. Demi kelancaran wawancara, peneliti juga memerlukan alat pendukung untuk proses wawancara. Sehingga wawancara dapat berjalan dengan baik dan sistematis dan peneliti memiliki bukti bahwa sudah melakukan wawancara kepada informan atau sumber data. Adapun alat pendukung yang diperlukan peneliti antara lain buku catatan untuk mencatat informasi dari sumber data atau informan, *hp* untuk merekam percakapan atau pembicaraan selama proses wawancara oleh peneliti dan informn berlangsung, dan *camera hp* untuk memotret ketika peneliti melakukan proses wawancara.

Selain alat pendukung wawancara, diperlukan juga langkah umum dalam wawancara. Tujuan dari hal ini adalah untuk memperjelas cara kerja wawancara dan memeudahkan peneliti ketika proses wawancara berlangsung. Beberapa hal yang dapat peneliti lakukan dan harus diperhatikan sebagai berikut:

1. Menetapkan siapa yang akan di wawancarai

Langkah awal ketika akan melakukan penelitian adalah menentukan inforannya. Agar ketika sudah sampai dilapangan tidak merasa kebingungan siapa saja yang akan diwawancarai, jadi di tetapkan terlebih dahulu siapa saja yang akan diwawancarai

2. Menyiapkan pokok permasalahan

Menyiapkan pokok permasalahan juga diperlukan oleh peneliti, agar sesuai dengan informasi yang peneliti inginkan

3. Menyiapkan alat bantu wawancara

Tahap selanjutnya adalah menyiapkan alat bantu wawancara. Sifat dari adanya alat bantu ini adalah dapat atau tidak dapat diketahui oleh informan

4. Proses wawancara

Proses wawancara dimulai oleh peneliti dengan kondisi sama-sama santai, sehingga informan dapat mengeluarkan suaranya apa adanya tanpa di buat-buat. Namun tetap pada tujuan yakni mendapatkan informasi sebanyak dan sedetail mungkin dari informan

5. Pengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan pengakhiran

Tahapan selanjutnya Peneliti sedikit merangkum hasil dari wawancara yang dilakukandan mengikhtisar hasil wawancara dengan cara mengulang beberapa informasi yang diberikan oleh informan kemudian peneliti mengakhiri wawancara.

6. Penulisan hasil wawancara kedalam catatan lapangan

Tahap selanjutnya adalah ketika kegiatan wawancara selesai peneliti menulis hasil wawancara kedalam catatan lapangan yang berupa catatan kecil dengan mendengar hasil rekaman wawancara.

Harapan dari peneliti dari adanya alat bantu dan langkah-langkah wawancara ini adalah wawancara dapat berjalan dengan lancar, sesuai dengan yang peneliti butuhkan dan juga sesuai dengan konteks yang sedang peneliti bicarakan.

Wawancara dilakukan di lokasi dan waktu yang berbeda pada setiap informan diantaranya sebagai berikut:

a. Wawancara dengan informan KH (informan pokok)

Wawancara dilakukan pada tanggal 5 Mei 2018 bertempat di rumah informan .

b. Wawancara dengan informan AM (informan pokok)

Wawancara dilakukan pada tanggal 21 Mei 2018 bertempat di kantor perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia.

c. Wawancara dengan Informan SR(informan pokok)

Wawancara dilakukan di rumah kediaman informan sebagai tempat berkumpulnya komunitas kopija pada tanggal 28 Mei 2018

d. Wawancara dengan informan M (informan pokok)

Wawancara Dilakukan pada tanggal 8 Juni 2018 di rumah kediaman yang bertempat di desa Karangpring dusun Durjo Kecamatan Sukorambi Jember.

e. Wawancara dengan informan L (informan tambahan)

Wawancara Dilakukan pada tanggal 15 Juni 2018 di rumah kediaman yang bertempat di desa Karangpring dusun Durjo Kecamatan Sukorambi Jember.

f. Wawancara dengan informan N (informan tambahan)

Wawancara Dilakukan pada tanggal 23 Juni 2018 di rumah kediaman yang bertempat di desa Karangpring dusun Durjo Kecamatan Sukorambi Jember

g. Wawancara dengan informan HP (informan tambahan)

Wawancara Dilakukan pada tanggal 28 Juni 2018 di rumah kediaman yang bertempat di desa Karangpring dusun Durjo Kecamatan Sukorambi Jember

1.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan dalam penelitian dengan mengumpulkan data sebagai bukti penelitian. Menurut Koentjaraningrat (dalam Adi, 2005:61) ,”surat-surat, catatan harian, laporan dan sebagainya merupakan data yang berbentuk tulisan, disebut dokumen dalam arti sempit. Dokumen dalam arti luas meliputi monumen, foto,tape, dan sebagainya”. Faisal (1990:81) menyatakan bahwa:

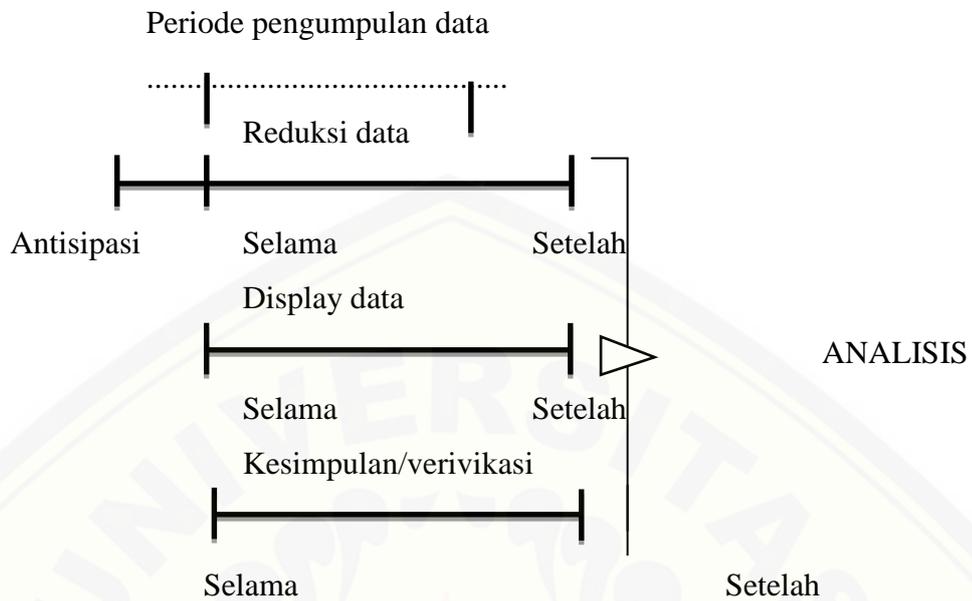
“Sumber-sumber informasi nonmanusia, seperti dokumen (*documents*) dan rekaman/catatan (*records*), dalam penelitian kualitatif seringkali diabaikan sebab dianggap tidak dapat disejajarkan keakuratan dan kerinciannya dengan hasil wawancara dan observasi yang ditangani langsung oleh peneliti sebagai tangan pertama. Sumber data non manusia merupakan suatu yang sudah

tersedia, dan peneliti tinggal memanfaatkannya. Sumber informasi yang berupa dokumen dan rekaman/catatan sesungguhnya cukup bermanfaat; ia telah tersedia sehingga akan relatif murah pengeluaran biaya untuk memperolehnya. Ia dapat dianalisis berulang-ulang dengan tidak mengalami perubahan. Untuk informasi konteks, ia merupakan sumber yang cukup kaya. Ia merupakan data yang secara legal dapat diterima dan tak dapat memberikan reaksi apapun terhadap peneliti sebagaimana halnya sumber data yang berupa manusia”

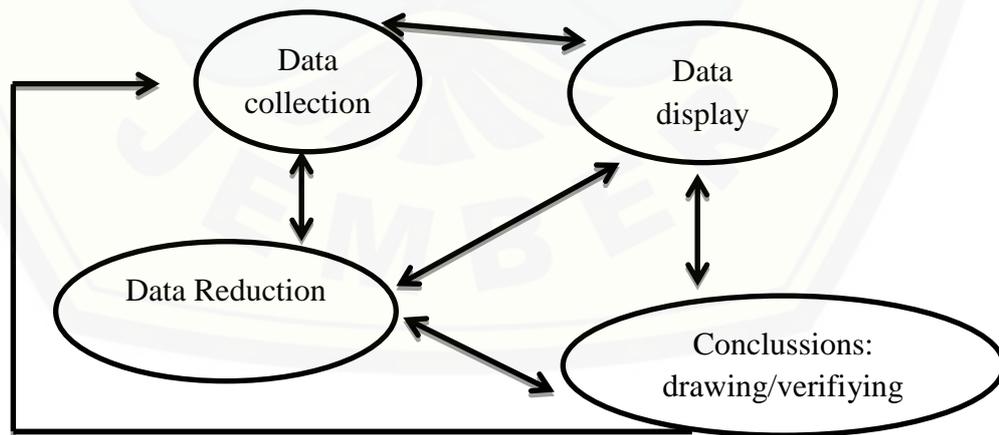
Berdasarkan konsep tersebut, maka peneliti memerlukan dokumentasi untuk memperoleh data sekunder yang akan berguna dalam memberikan wawasan dan pemahan dasarkerangka berfikir yang dapat diperoleh melalui buku, internet, peraturann perundang-undangan, dokumen, dan lain sebagainya yang relevan dengan penelitian, serta foto-foto yang menggambarkan atau membantu peneliti dalam memahami fenomena pada saat observasi dan wawancara.

3.6 Teknik Analisis Data

Alalisis data memiliki peran penting dalam penelitian. Data yang terkumpul akan menjadi bermanfaat dan bermakna ketika menjawab permasalahan penelitian apabila data tersebut diolah dan dianalisis. Menurut Milles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2014) membagi proses analisis data kualitatif ke dalam tiga tahapan, yakni tahap reduksi data, tahap penyajian data dan tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi. Langkah-langkah analisis ditunjukkan pada gambar berikut:



Berda Gambar 3.1 Komponen dalam analisis data mpulan data, maka peneliti melakukan antisipasi sebelum melakukan reduksi data. reduksi data antisipatif terjadi karena peneliti memutuskan (seringkali tanpa kesadaran penuh) dimana kerangka konseptual, lokasi, pertanyaan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data di pilih.. Selanjutnya model interaktif dalam analisis data, ditunjukkan pada gambar 3.2.



Gambar 3.2 Komponen dalam analisis data (*interaktive model*)

1. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian. Pada penyederhanaan, pengabstrakkan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak penting, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga mencapai kesimpulan akhir dapat ditarik dan diverifikasi.

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, maka perlu dicatat secara rinci untuk segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, ketika peneliti dalam melakukan penelitian menemukan sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, maka itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam mereduksi data.

2. Penyajian data

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kuantitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, dan sejenisnya. Melalui data tersebut data akan terorganisir dan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah untuk dipahami. Sedangkan dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.

Penelitian kualitatif dalam menyajikan data mengutamakan kualitas data, peneliti mengolahnya dalam bentuk teks, gambar, dan atau tabel yang ternarasi dengan baik. Tujuan dari penyajian data ini adalah agar lebih ringkas dan tanpa mengurangi kualitas data, sehingga nantinya mudah dipahami.

3. Penarikan kesimpulan (verifikasi)

Adapun tahap terakhir dari proses analisis data kualitatif yakni penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Setelah semua data yang terkumpul dijamin

dengan melakukan proses reduksi data kemudian akan disajikan sebagai bentuk proses penyajian data. Data yang telah disajikan kemudian akan membentuk suatu alur cerita yang dapat menggambarkan isi dari penelitian tersebut. selanjutnya peneliti akan menarik kesimpulan atau verifikasi data.

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan pada tahap awal telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang akurat.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat dijadikan sebagai jawaban dari rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, atau tidak dapat juga dijadikan jawaban atas rumusan masalah yang telah dikemukakan, karena masalah dan rumusan masalah pada penelitian kualitatif sifatnya sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada dilapangan.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih samar atau belum jelas sehingga setelah dilakukan penelitian menjadi jelas, dapat berupa hubungan interaktif, hipotesis, atau teori.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan salah satu teknik yaitu teknik triangulasi.

“Triangulation is qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources or multiple data collection procedures” (William Wiersma, 1986).

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas tersebut diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan

data, dan triangulasi waktu. Sugiyono (2015) menjelaskan tiga macam triangulasi berikut penjelasannya:

1. Triangulasi Sumber untuk menguji kredibilitas data dan dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang gaya kepemimpinan seseorang, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke bawahan yang dipimpin, ke atasan yang menugasi, dan ke teman kerja yang merupakan kelompok kerjasama. Data dari ketiga sumber tersebut, tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data tersebut.
2. Triangulasi teknik, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian ini peneliti harus mampu memilih dan memilah data yang dianggap benar, jika hasil data berbeda-beda maka yang dilakukan oleh peneliti yakni berdiskusi atau menjadikan data tersebut menjadi benar. Dilihat dari sudut pandang yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuisioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya dianggap benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda.
3. Triangulasi waktu, triangulasi ini merupakan hal yang sering mempengaruhi kredibilitas data yang dihasilkan saat wawancara. Teknik yang dilakukan dalam triangulasi waktu ini adalah teknik wawancara. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari menjadi kredibel, karena kondisi narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang valid. Untuk itu dalam pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam

waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sampai ditemukan kepastian datanya.

Dari ketiga triangulasi data tersebut, peneliti memilih menggunakan triangulasi sumber, yakni triangulasi yang dilakukan dengan meng*crosscek* hasil penelitian dengan sumber data yang berbeda yaitu hasil wawancara kepada setiap informan dan akan dilakukan pemeriksaan ulang terkait hasil. Kemudian hasilnya akan dibandingkan mana saja data yang menghasilkan data koheren. Peneliti memilih triangulasi ini karena jenis penelitian yang diteliti adalah deskriptif, yakni jenis penelitian yang menekankan pada penjelasan secara detail tentang fenomena yang diteliti yaitu terkait strategi berbasis hulu-hilir perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan petani kopi. Proses tersebut menjadi alasan dalam pemilihan triangulasi sumber sebagai pengujian keabsahan data.

BAB V. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan data dan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang, tinjauan pustaka, hasil penelitian maupun pokok pembahasan. Maka pada bab terakhir ini peneliti menarik kesimpulan tentang upaya yang dilakukan perusahaan dalam memberdayakan masyarakat melalui intervensi petani kopi rakyat Durjo. Adapun upaya intervensi yang dilakukan oleh perusahaan adalah kegiatan sortasi biji kopi dan penguatan basis hulu hilir perusahaan. Dalam melakukan kegiatan ini terdapat beberapa tahapan yang dilakukan yakni tahap persiapan sebelum kegiatan dilakukan dan ditentukan waktu, lokasi, dan pembahas dalam kegiatan yang akan dilakukan.

Selanjutnya tahap *Assesment*, Pada tahap ini tokoh utama yang menjadi kunci utama dalam membanatu perusahaan mengkaji masalah dalam pelaksanaan kegiatan adalah ketua pengurus dari komunitas KOPIJO, selain itu juga pada tahap ini pengkajian dilakukan dengan cara diskusi dengan para pengurus dan anggota mengenai masalah-masalah yang terjadi dan memberikan gambaran yang nyata mengenai kegiatan yang dilakukan serta keuntungan yang didapat dari kegiatan yang dilakukan, lalu minat masyarakat dalam hal ini dari antusiasme yang ada dari respon masyarakat juga diperhatikan untuk melihat seberapa besar partisipasi petani kopi dalam kegiatan yang dilakukan .

Adapun setelah berdiskusi mengenai masalah-maslaah yang terjadi ada beberapa kegiatan penyelesaian yang dilakukan yakni dengan meningkatkan kualitas produk dan memutus mata rantai pemasaran penyadaran mengenai permasalahan yang mereka hadapi dan kegiatan-kegiatan yang akan mereka lakukan. Adapun setelah berdiskusi mengenai masalah-maslah yang terjadi ada beberapa kegiatan penyelesaian yang dilakukan yakni dengan meningkatkan kualitas produk dan memutus mata rantai pemasaran. Kedua kegiatan penyelesaian ini sudah merupakan rencana formulasi aksi yang dilakukan

perusahaan. Yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas produk ini adalah dengan upaya-upaya budidaya kopi dari sebelum, sedang dan pasca panen dilakukan dengan benar sesuai arahan petugas pelaksana. Sedangkan untuk pemutusan mata rantai ini gunanya mempendek arus yang dilakukan petani kopi. Sehingga petani kopi tidak lagi menjual kopi kepada pengepul dengan harga yang relatif rendah dan keterlibatan mereka disini dapat berperan lebih besar tanpa ada pihak lain seperti pengepul lagi, tetapi langsung pada perusahaan dengan mitra yang dilakukan.

Bentuk yang dilakukan dalam peningkatan kualitas produk ini adalah pelatihan sortasi biji, sedangkan bentuk yang dilakukan dari memutuskan mata rantai adalah penguatan basis hulu-hilir. Kedua bentuk inilah merupakan alternatif kegiatan yang ada pada proses pemberdayaan yang dilakukan perusahaan. Dari Kedua kegiatan ini ketika sudah mencapai kesepakatan maka dilakukan proses selanjutnya yakni pelaksanaan kegiatan.

1. Pelatihan sortasi biji kopi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan ketrampilan dengan metode *direct practice*. Pelatihan ini dilakukan secara bertahap tidak sekaligus, karena pelatihan ini diperlukan ketika dilapangan. Di dalam pelatihan ini tidak hanya pelatihan sortasi biji saja, tetapi juga pemberian pengetahuan/wawasan dalam bentuk penyadaran diri bahwa menghasilkan biji kopi terbaik itu penting. Sehingga awal proses dari pemilihan bibit unggul, proses penanaman, pemupukan, panen dan pasca panen diberikan materi dan dipraktekkan ketika proses dilapangan terjadi.

Pelatihan sortasi biji kopi ini dilakukan setelah di *grinder* dan dijemur. Tujuan dari pemilihan/sortir biji kopi ini adalah agar biji kopi kualitas baik tidak bercampur dengan biji kopi yang rusak. Penyortiran ini penting dilakukan karena seringkali petani kopi lalai dalam menjual biji kopi. Tanpa dipilih dan dampaknya pada penurunan nilai/harga dari biji kopi itu sendiri.

2. Penguatan Basis hulu-hilir perusahaan merupakan lanjutan setelah proses pelatihan dilakukan. Pelatihan dilakukan sesuai yang terjadi di lapangan. Ketika biji kopi sudah di *grinder* dan kering setelah di jemur maka dilakukan sortasi biji kopi sesuai dengan yang telah dijelaskan ketika pelatihan, begitu juga pada proses sebelum panen sampai pasca panen. Dalam basis ini terdapat proses di bagian hulu yakni rantai pasok dan dibagian hilir terdapat rantai nilai.

Dengan memaksimalkan proses di bagian Hulu pada rantai pasok. Dalam rantai pasok ini yang berperan adalah petani kopi. Untuk menghasilkan kopi dengan kualitas super, maka dilakukan upaya memelihara kopi dengan baik dan benar dari proses tanam sampai panen didampingi oleh pihak perusahaan sesuai dengan pelatihan yang dilakukan sebelumnya.

Sedangkan di bagian hilir adalah proses rantai nilai, yakni perusahaan mengupayakan agar kopi terjual dengan nilai tinggi dan dapat menggaet banyak pelanggan. Dilakukan oleh perusahaan, prosesnya dari roasting, barista sampai di ekspor keluar negeri serta di pasarkan juga *via online dan offline*. Basis hulu-hilir ini bersinergi satu sama lain, dampaknya juga dirasakan oleh petani kopi. Karena prinsipnya adalah dari petani, oleh petani, dan untuk petani.

Setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan tahap selanjutnya adalah evaluasi kegiatan. Melihat kondisi yang terjadi hasil dari evaluasi adalah kegiatan yang dilakukan menghasilkan dampak yang positif, artinya kegiatan pemberdayaan yang dilakukan ini sesuai atau tepat sekali untuk dilakukan dan dapat dilakukan secara terus menerus. Selanjutnya tahap terakhir yakni terminasi, perusahaan memutuskan hubungan secara formal. Namun secara informal mereka tetap berhubungan (bermitra) untuk keberlanjutan mitra produk yang dihasilkan petani dan diolah perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia.

Beberapa usaha yang dilakukan oleh komunitas KOPIJO melakukan kegiatan pelatihan berupa pelatihan sortasi biji dan pemaksimalan Rantai pasok dan rantai nilai dalam proses Basis Hulu-Hilir tersebut petani kopi merasakan

dampaknya. Petani kopi yang awalnya mengijonkan kopinya tidak lagi demikian. petani yang dulunya menjual kopi ke pengepul tidak lagi demikian. Karena pola pikirnya sudah berbeda. Mereka mau bekerjasama dengan perusahaan tanpa paksaan, dan hasilnya telah mereka rasakan. Dengan mengikuti kegiatan yang dilakukan petani kopi menjadi terampil dalam membudidayakan kopi untuk menghasilkan kopi dengan kualitas bagus dan petani kopi juga dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga dapat dikatakan tercapai kesejahteraan sosialnya.

4.2 Saran

Setelah melaksanakan penelitian dan mengetahui bagaimana upaya perusahaan dalam memberdayakan petani kopi melalui komunitas KOPIJO, maka penulis dapat memberikan saran. Berikut beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan:

1. Komunitas KOPIJO (Kopi rakyat Durjo) haru mengembangkan kegiatan-kegiatan dalam pemberdayaan.
2. Untuk yang selanjutnya, pelatihan tidak hanya dilakukan kepada petani kopi rakyat Durjo saja, tetapi juga kepada masyarakat yang lain agar dapat menyeluruh.
3. Perusahaan Zhibond Coffe Indonesia dapat mempertahankan capaian apa yang selama ini sudah diraih dalam memberdayakan petani kopi rakyat Durjo melalui Komunitas kopi rakyat Durjo agar tetap bisa memberdayakan petani kopi rakyat melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Adi, I.R. 2012. *Intervensi komunitas dan pengembangan masyarakat “sebagai upaya pemberdayaan masyarakat”* . Jakarta: PT Raja Grafindo persada.

_____ . 2013. *Kesejahteraan Sosial : Pekerjaan Sosial* . Jakarta: Rajawali Pers.

Amstrong, Michael, dan Baron, A. 1998. *Performance Management : The New Realities*. New York: Institute of Personnel dan Development.

Bungin, B. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.

_____ . 2013. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*. Edisi pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Ife, J.W. 1995. *Community development the politics alternative development*. Blackwell Publisher, Cambridge, USA.

Chandler, A. D. 1962. Jr.1962. *Strategy and Structure: chapters in The of The Industrial Enterprise*. Cambridge Mass: MIT Press

Griffin, R. 2002. *Management* . 7th Edition. USA: Houghton Mifflin Company. Terjemahan oleh G. Gania. 2004. *Manajemen*. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.

Hamel, G. dan Prahalad. C.K. 1995. *Kompetisi Masa Depan*. Yogyakarta: Bina Rupa Aksara.

John, H. D. dan R. A.Goldberg. 1957. *A consept of Agribusiness*. USA: Bostan University.

Porter, M. E. 1985. *Competitif advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free press: Boston

Moleong, L. J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif : edisi revisi*. Bandung: Alfabeta.

Mubyarto, 1977. *Pengantar ekonomi pertanian*. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Sosial Ekonomi (LP3ES). Jakarta

Neuman, W.L. 2014. *Sosial Research Methods: Quantitatif and Qualitatif*. New York: Pearson

Rangkuti. 2012. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka.

Faisal, S. 1990. *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada

Haris, H. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Group*. Jakarta: PT.Grafindo Persada

Saragih, B. 1998. *Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi berbasis pertanian*. Bogor: Yayasan Mulia persada indonesia.

Setiawan, I. 2003. *Agribisnis kreatif: Pilar Wirausaha Masa Depan, Kekuatan Dunia Baru Menuju Kemakmuran Hijau*. Bogor. Penebar Swadaya.

Soimin, S. 1994. *Status Hak dan Pembebasan Tanah*. Jakarta: Bumi Aksara

Sugiyono. 2008. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

———. 2015. *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research And Development R&D*. Bandung : Alfabeta.

_____. 2016. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta

Suyanto, Bagong dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Prenada Media.

Tjondronegoro. 2013. *Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. Bogor: Yayasan Mulia Persada Indonesia.

Wiersma, W. 1986. *Research Methods in Education: an Introduction*. Boston: Allyn

Jurnal

Hapsari, H., Djuwendah., dan Yusup, A. *Pemberdayaan kelompok tani hutan melalui pengembangan agribisnis kopi*. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*. Vol 3, No.2, November 2014, hlm. 51-56

Kadir, A., Marnis, dan Machasin. 2014. Pengaruh Ability, Motivasi dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Redaksi Pt Riau Pos Intermedia Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*. 22 (2). 42-58.

Felea, M. Dan I. Albastroiu. 2013. Defining The Concept Of Supply Chain Management and its Relevance to Romanian Academics And Practitioners. *Amfiteatru Economic*. 1004 (33): 74-88.

Undang-undang

Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 Tahun 2004. Perkebunan.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2009. Kesejahteraan Sosial

Undang-Undang Republik Indonesia No. 19 Tahun 2013. Perlindungan Dan Pemberdayaan Petani.

Skripsi

Abdul Haris. 2010. *Pemberdayaan Petani Melalui Program Pupuk Organik Bokasi*. Jember: Program Sarjana Universitas Jember.

Pratiwi R. R. 2016. Hambatan dan Strategi Pengembangan Usaha Tani Kopi dalam upaya peningkatan produksi di Kecamatan Candirototo Kabupaten Temanggung. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.

Velania, F. 2017. Usaha Petani Kopi Dalam Menambah Pendapatan di kecamatan Kalibaru kabupaten Banyuwangi. *Skripsi. Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Jember*.

Sumber Internet

Supply Chain Resource Cooperative SME (SCRC SME). 2017. What is Supply Chain Management (SCM)?. <https://scm.ncsu.edu/scm-articles/article/what-is-supply-chain-management-scm>. [Diakses 26 Januari 2018].

Porter's Value Chain.2018. Understanding How Value Is Created Within Organization. https://www.mindtools.com/pages/article/news/STR_66.htm .[diakses 26 Januari 2018]

Badan pusat statistik. 2017. Pertumbuhan ekonomi indonesia triwulan II-2017. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2017/08/07/1365/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2017.html>. [diakses 26 Januari 2018]

Berita Satu. 2016. Indonesia Penghasil Kopi Terbesar keempat di Dunia. www.beritasatu.com/Indonesia-Penghasil-Kopi-Terb Besar-Keempat-di-Dunia.htm. [Diakses 26 Januari 2018].

Departemen Agama Republik Indonesia.1998. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. PT.Kumudasmoro Grafindo (diakses 26 januari 2018)

Fathur. H. 2018. 55 Kata Bijak Buya Hamka. <https://Mutiaraislam.net/kata-bijak-mutiara-islam-buya-hamka/>. [Diakses 26 Januari 2018].

<http://www.supplychain-value chain.html>. [Diakses 26 Januari 2018]



LAMPIRAN A
PEDOMAN WAWANCARA
(Guide Interview)
INFORMAN POKOK

Pemilik perusahaan *Zhibond Coffee*

Nama :
Umur :
Pekerjaan :
Alamat :
Jenis kelamin :
Status :
Pendidikan terakhir :
Agama :
Jumlah anggota keluarga :

1. Kapan berdirinya perusahaan *Zhibond Coffee*?
2. Bagaimana sejarah berdirinya perusahaan *Zhibond Coffee*?
3. Apa tujuan didirikannya perusahaan *Zhibond Coffee*?
4. Apa manfaat dari adanya perusahaan baik untuk pemilik perusahaan, karyawan ataupun petani kopi?
5. Apa benar perusahaan bekerjasama dengan petani kopi rakyat Durjo?
6. Sejak kapan perusahaan bekerjasama dengan petani kopi rakyat Durjo?
7. Jika benar, mengapa petani kopi rakyat Durjo yang disanding untuk bekerjasama dengan perusahaan?
8. Berapa jumlah petani kopi yang disanding untuk bekerjasama dengan perusahaan?
9. Apa benar perusahaan menggunakan strategi berbasis hulu-hilir untuk meningkatkan kesejahteraan petani kopi?
10. Jika benar, bagaimana strategi berbasis hulu-hilir dijalankan?

11. Bagaimana peran perusahaan dalam basis hulu-hilir yang dijalankan?
12. Bagaimana juga peran petani kopi rakyat Durjo dalam basis hulu-hilir yang dijalankan perusahaan?
13. Bagaimana dampak dari adanya strategi berbasis hulu-hilir tersebut untuk perusahaan?
14. Bagaimana juga dampak strategi tersebut untuk petani kopi?

Karyawan perusahaan *Zhibond Coffee Indonesia*

1. Sejak kapan anda bekerja di perusahaan *Zhibond Coffee Indonesia*?
2. Apa tugas dan fungsi anda di perusahaan *Zhibond Coffee Indonesia*?
3. Apa yang anda ketahui tentang perusahaan *Zhibond Coffee*?
4. Bagaimana kondisi petani kopi sebelum dan sesudah bermitra dengan *Zhibond Coffee*?
5. Apa benar perusahaan melakukan strategi berbasis hulu-hilir untuk meningkatkan kesejahteraan petani kopi?
6. Jika benar, bagaimana basis hulu-hilir dijalankan?
7. Apa benar dengan adanya perusahaan *Zhibond Coffee Indonesia*, petani kopi menjadi lebih sejahtera?

PEDOMAN WAWANCARA

(Guide interview)

INFORMAN TAMBAHAN

Petani Kopi Rakyat Durjo dan beberapa anggota keluarga petani kopi

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Alamat :

Status :

Pendidikan terakhir :

1. Apa benar petani kopi meningkat kesejahteraannya setelah bermitra dengan perusahaan *Zhibond Coffee*?
2. Seberapa besar pengaruh perusahaan terhadap kondisi petani kopi setelah dan sebelum bekerjasama dengan perusahaan *Zhibond Coffee*?
3. Apa benar perusahaan *Zhibond Coffee* menggunakan strategi berbasis hulu-hilir untuk meningkatkan kesejahteraan petani kopi?
4. Apa benar petani kopi ikut berperan serta dalam basis hulu-hilir ini?
5. Jika benar apa peran petani kopi dalam basis tersebut?

LAMPIRAN B
Dokumentasi penelitian



Wawancara dengan pemilik perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia Bapak Hardian Khadafi



Wawancara dengan karyawan bag roastery (Bapak Hadi)



Wawancara dengan petani kopi Durjo Bapak Slamet



Wawancara dengan petani kopi Ibu Vida



Wawancara dengan petani kopi Bapak



Wawancara dengan Ibu petani kopi



Proses pemetikn biji kopi Robusta dan Arabika



Proses selep biji kopi



Biji kopi Robusta



Biji kopi Arabica



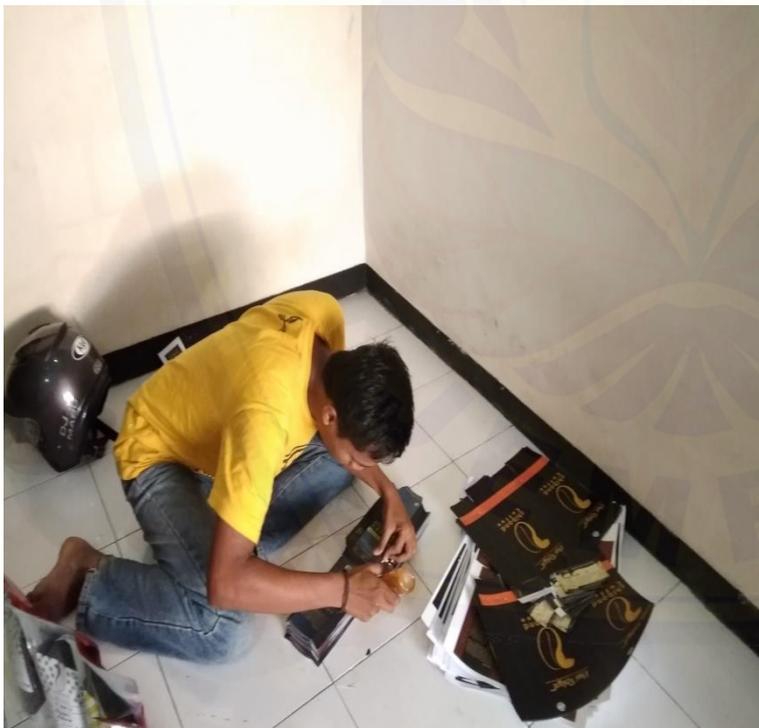
Hasil Biji kopi pilihan dari petani kopi siap sangrai



Proses Sangrai biji kopi



Proses roasting oleh pemilik perusahaan Bapak Hardian Khadafi



Pembuatan wadahh kopi kemasan dan kemasan kopi yang siap didistribusikan

**PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**
JL. PB. SUDIRMAN NO. 11 JEMBER, (0331) 4431707, Fax. (0331) 4431707

**IJIN USAHA INDUSTRI KECIL
(BARU)**
Nomor : 503/A/1/ULI.B/ 0039 /35.09.325/2018

<p>A. KETERANGAN PERMOHONAN PERUSAHAAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. a. Nama Perusahaan : ZHIBOND COFFEE b. Alamat dan No. Telp : Perum Pesona Surya Milenia E-26, Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember 2. Nomor Pokok Wajib pajak (NPWP) : 76.991.287.4-626.000 3. Nomor Induk Pendaftaran Industri Kecil (NIPIK) : 00.3509.0039 4. a. Nama Pemilik : HADRIAN KHADAFI b. Alamat Pemilik : Perum Pesona Surya Milenia E-29 Rt. 001 Rw. 010. Ligg. Kr. Mlawo, Kelurahan Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember 5. Jenis Industri (KBLI) : Industri Pengolahan Kopi (10761) 6. Komoditi Industri : Kopi Dalam Kemasan : Kopi Sangrai, Kopi Bubuk 7. Lokasi Pabrik : Perum Pesona Surya Milenia E-26, RT.001 RW.010, a. Desa/Kelurahan : Mangli, b. Kecamatan : Kaliwates, c. Kabupaten : Jember, d. Propinsi : Jawa Timur 8. Mesin dan Peralatan Produksi : 1 Unt Man Sangray, 1 Unt Man Giling, 2 Unt Sellar a. Mesin/Peralatan Utama : 1 bh Timbangan Digital, 1 bh Meja Produk, dll. b. Mesin/Peralatan Pembantu : Listrik Pln 1.300 KVA 9. Tenaga Penggerak : 2 Orang 10. Investasi : Rp135.100.000 11. Kapasitas produksi terpasang per tahun : 4.800 pak, 10.800 pak 	<p>Ditetapkan di : JEMBER Pada tanggal : 02 Mei 2018</p> <p style="text-align: center;">A.a BUPATI JEMBER KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN JEMBER</p> <p style="text-align: center;">DR. H. SYAFIQI, M.Si Kabina TKJ Telp. 19620312 198303 1 006</p>
---	---

Tembusan:
1. Bupati Jember;
2. Gubernur Propinsi Jawa Timur;
3. Kepala DISPERINDAG Propinsi Jawa Timur;
4. Arsip.


 MAJELIS ULAMA INDONESIA - JAWA TIMUR
 THE INDOONESIAN COUNCIL OF ULAMA OF EAST JAVA
شهادة حلال
SERTIFIKAT HALAL - HALAL CERTIFICATE
 NO. : 07120037461116

يتفقد على التصديقات والمعلومات التي تم بها على اللجنة الإندونيسية بحسب الشريعة تشهد بأن :
 Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan Majelis Ulama Indonesia - Jawa Timur, maka
 Based on the inspection carried out by the Indonesian Council of Ulama of East Java, it is hereby certified that :

Jenis Produk / Type of Product : Kopi	اسم المنتج / Name of Product : Terlampir
Nama Perusahaan / Name of Company : ZHIBOND COFFEE	اسم الشركة / Name of Company : ZHIBOND COFFEE
Alamat Perusahaan / Company's Address : Jl. Perum Milenia E-26, Mangli, Jember, Jawa Timur	عنوان الشركة / Company's Address : Jl. Perum Milenia E-26, Mangli, Jember, Jawa Timur

حلال شرعاً، ما دامت تركزيات المواد للمشار إليها عملية إنتاجها مطابقة على قرار لجنة الإفتاء بالمجلس
 Dinyatakan halal menurut hukum Islam, selama bahan-bahan dan proses produksinya masih sesuai dengan
 Keputusan Komisi Fatwa MUI.
 is 'halal' accordance with the Islamic Law, as long as the ingredients and production processes are in
 accordance to the decree of Fatwa Commission of the Council of Indonesian Ulama.

Dikeluarkan di Surabaya pada : **23 November 2016** أصدرت هذه الشهادة في
 Issued in Surabaya on : **22 November 2018** الشهادة غير صالحة بعد

رئيس لجنة الإفتاء / Ketua Komisi Fatwa MUI-Jatim : **K.H. Hasyim Abbas, M.H.I.**
 Head of the Fatwa Commission of MUI - East Java

مدير المختبر للأطعمة والأدوية وأدوات التحليل / Direktur Lembaga Pengujian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika MUI-Jatim : **Prof. Dr. Sugianto, M.S., Apt.**
 Director of Food, Pharmaceutical and Cosmetics of MUI - East Java

K.H. Abdussomad Buchori

Surat ijin usaha dan sertifikat halal dari MUI

LAMPIRAN C
TRANSKRIP DATA WAWANCARA

Strategi berbasis hulu-hilir perusahaan *Zhibond Coffee* dalam meningkatkan kesejahteraan petani kopi Durjo

INFORMAN POKOK

A. Identitas informan

Pemilik perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia

Nama : KH
Umur :
Pekerjaan :
Alamat :
Jenis kelamin :
Status :
Pendidikan terakhir :
Agama :
Jumlah anggot keluarga:

A. Daftar pertanyaan

1. Kapan Bapak mendirikan perusahaan *Zhibond Coffee* ini?
 - Perusahaan berdiri sejak tahun 2010 masa merintis 2011 dan mulai dikenal banyak orang tahun 2013
2. Bagaimana awal ceritanya Bapak mendirikan perusahaan ini?
 - Dulu saya bekerja di perpajakan, setelah saya beristri saya rasa gaji yang saya dapatkan dan pekerjaan saya ya hanya gitu-gitu saja tidak naik juga tidak trun melainkan tetap, saya juga tidak merasakan hidup saya bermanfaat untuk orang lain. Akhirnya setelah berunding dengan istri, saya memutuskan untuk tinggal di Jember. Awalnya saya di Situbondo, disana adalah tempat orangtua saya, dan di Jember inilah tempat istri saya. Saya pindah ke jember dan berinisiatif untuk melakukan usaha. Usaha awal saya adalah menanam cabai. Saya mencari lahan yang cocok untuk penanaman cabai, saya mendapat tempat yaitu di Durjo.

Beberapa tahun saya menanam dan memanen cabai bagi saya tidak membuahkan hasil yang signifikan. Tidak cukup untuk kebutuhan

jangka panjang karena sedikit laba yang didapatkan. Akhirnya saya memutar otak bagaimana dapat menghasilkan laba juga menguntungkan semuanya. Setelah saya mengenal seorang petani kopi saya berinisiatif untuk menanam kopi. Alasannya adalah potensi yang ada disana di durjo sangat tinggi, dan saya juga memikirkan kebermanfaatannya untuk sesama. Saya menggandeng petani kopi. Di tahun 2010 saya mendirikan perusahaan *Zhibond Coffee* yang bermitra dengan petani kopi Durjo

3. Apa tujuan didirikannya perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia?
 - Yaitu tadi saya ingin bermanfaat untuk semua kalangan. Saya ingin kopi jember mendunia, mengkopikan Indonesia. Kopi dapat dinikmati semua kalangan, termasuk kalangan bawah. Kalangan menengah atas menikmati kenikmatan kopi petani kopi, dan kalangan bawah terutama petani kopi dapat menikmati kelezatan kopinya juga menikmati hasil penjualan kopi yang sesuai dengan harga yang diberikan perusahaan.
4. Apa benar perusahaan bekerjasama dengan petani kopi rakyat Durjo? jika iya apa alasannya?
 - Iya benar, saya melihat beberapa kondisi, yang akhirnya saya mengajak petani kopi Durjo untuk bekerjasama dengan perusahaan saya. Dulu saya melihat petani kopi masih biasa saja dalam membudidayakan kopi, mereka tidak tahu betapa berharganya kopi ketika mereka benar-benar menanam kopi dengan baik dan menghasilkan kualitas yang baik. Dulu mereka mengijonkan kopinya, alasannya karena kebutuhan, padahal mereka tanpa mengijonkan kopinya mereka mampu bertahan. Secara logika sistem ijon tidak dianjurkan dalam agama, juga dapat merugikan pihak petani. Dulu banyak pengepul biji kopi membeli kopi petani kopi dengan harga relatif murah, karena memang kondisi kopi tidak berkualitas dan disisi lain pengepul juga ingin untung. Oleh karena itulah saya mencoba merubah *mindset* mereka yang demikian. Merubah itu sulit tapi setidaknya mereka tidak melakukan hal demikian saja walaupun

mindset mereka tetap, perilaku mereka yang demikian dapat berkurang karena dampaknya juga untuk mereka sendiri dan keluarga mereka.

5. Apa manfaat dari adanya perusahaan bagi pemilik perusahaan, karyawan dan petani kopi?

- Menurut saya banyak sekali manfaat yang didapat dari didirikannya perusahaan ini. Karena tujuannya kebermanfaatan bagi sesama. Maka hasilnya memang bermanfaat untuk sesama. Buktinya saya sendiri sebagai pemilik perusahaan senang dapat bermanfaat dengan berdirinya perusahaan untuk orang-orang disekitar saya. Karyawan yang awalnya nganggur saya ajak untuk bergabung dan menumbuhkan sifat kreatif agar perusahaan dapat terus berkembang. Begitu juga dengan petani kopi.

Saya rasa memang ada manfaatnya untuk mereka. Mereka tidak mengijonkan kopinya. Dulu harga kopi mereka Rp8000 perkilo sekarang bisa sampai Rp45000 perkilo. Saya juga membelinya dengan hitungan yang cukup royal, karena saya juga memikirkan petani kopi hasil dari menjual kopinya adalah untuk kebutuhan keluarganya. Dan alhamdulillah hasil panennya di jual kepada saya tidak kepada pengepul lagi. Dan hal ini berjalan secara *continue*. Sehingga kesejahteraan sosial mereka meningkat.

6. Ada berapa petani kopi yang bekerjasama dengan perusahaan?

- Hanya ada beberapa. Karena saya bekerjasama tidak atas paksaan, siapa saja yang mau ya monggo, tidak ya tidak masalah

7. Apa benar strategi perusahaan untuk mensejahterakan petani kopi adalah dengan basis hulu-hilir?

- Iya, karena untuk mensejahterakan petani kopi harus dari petani kopi dulu, oleh petani kopi, dan akhirnya jga untuk petani kopi.

8. Bagaimana strategi berbasis hulu-hilir dijalankan?

- Strategi berbasis hulu-hilir, artinya adalah strategi yang dilakukan dari hulu seperti bagian rantai pasok sampai ke hilir yakni bagian rantai

nilai. Di bagian hulu petani kopi berperan sangat penting. Karena dibagian hulu pada rantai pasok petani kopi bekerja dibidang pembudidayaan kopi. Pembudidayaan kopi ini harus benar-benar dilakukan dengan tepat. Pihak perusahaan memberi arahan agar sesuai dengan yang diharapkan yakni dapat menghasilkan kualitas kopi yang baik.

Jadi petani kopi diajari bagaimana pembudidayaan kopi dari menanam, memanen sampai pasca panen. Setelah dipanen jadi biji kopi dengan berbagai proses akhirnya di kasikan ke pihak perusahaan. Dan ketika sampai diperusahaan proses hilir dijalankan. Yakni proses biji kopi di sangrai, roasting, sampai di taro dalam kemasan yang siap untuk didistribusikan. Jadi peran petani kopi sangat penting sekali untuk menghasilkan biji kopi yang lezat sehingga dapat dinikmati para pelanggan. Kopi dalam kemasan siap didistribusikan melalui kedai milik anak perusahaan yakni perusahaan kopi rakyat indonesia. Selain didistribusikan ke kedai kemasan siap pakai juga siap dikirim keluar negeri.

INFORMAN POKOK

A. Identitas informan

Manager perusahaan

Nama : Achmad Muhlis
Umur :
Pekerjaan :
Alamat :
Jenis kelamin :
Status :
Pendidikan terakhir :
Agama :
Jumlah anggota keluarga :

B. Daftar pertanyaan

1. Berapa lama Bapak bekerja sebagai manajer di perusahaan?
 - Semenjak perusahaan didirikan saya mengenal pemilik perusahaan, sejak itu juga saya di beri tanggungjawab oleh mas Hardian sebagai manager di perusahaan ini
2. Bagaimana sejarah berdirinya perusahaan yang anda ketahui?
 - Dulu, mas Hardian kerjanya di perpajakan. Kemudian berpindah haluan ke usaha pribadi yakni usaha budidaya cabai, karena rasanya tidak menguntungkan. Akhirnya pindah haluan lagi ke usaha kopi. Yang dimaksud ya usaha kopi ini. Mas dafi itu kan orngnya suka wira wiri banyak kegiatan, jadi beliau tidak cocok kalau bekerja di tempat kerja yang tetap, jadi beliau *resign* dari tempat kerjanya. Beliau mencoba usaha yakni menanam cabai. Beberpa tahun beliau menanam cabai dan menghasilkan laba yang sedikit. Beliau merasa harus ganti usaha, karena dengan laba yang sedikit maka tidak bisa bermanfaat untuk yang lain. Prinsip beliau adalah tidak hanya bermanfaat untuk diri sendiri tapi juga bermanfaat untuk yang lain. Ketika menanam cabai, tempatnya kan di Durjo, beliau melihat dan berinteraksi dengan

beberapa petani kopi. Setelah lama menjalin hubungan dengan petani kopi, dan mengetahui bagaimana kondisi petani kopi yang sebelumnya. Beliau mencoba beralih dari menanam cabai ke usaha kopi. Dan sampai saat ini usaha kopi ini maju, dampaknya juga kepada petani kopi.

3. Apa tujuan didirikannya perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia
 - Tujuan awal didirikannya perusahaan ini adalah mengkopikan nusantara. Kemudian juga mensejahterakan masyarakat petani kopi. Karena yang beliau gandeng dan merasakan dampaknya adalah petani kopi itu sendiri. Prinsipnya kan dari petani kopi oleh petani kopi dan untuk petani kopi. Jadi kopi dihasilkan petani kopi, akhirnya penjualan kopi dengan harga yang sesuai juga dampaknya ke petani kopi itu sendiri
4. Benarkan perusahaan bekerjasama dengan petani kopi Durjo? apa alasannya?
 - Benar. Awal berdirinya perusahaan petani kopi rakyat Durjolah yang disanding oleh perusahaan. Meskipun ada perkebunan kopi lain yang diambil biji kopinya, tapi tetap yang utama adalah milik petani kopi rakyat Durjo. alasan perusahaan bermitra dengan petani kopi ini adalah dulu sebelum bekerjasama dengan perusahaan. Petani kopi belum bisa memanager kopi yang dijual. Sistem mereka adalah berjualan yang penting kopinya laku, entah itu dijual dengan sistem ijon atau separuh harga ataupun dijual dengan harga murah, yang penting kopi mereka laku. Dan benar saa kopi terjual namun harga separuh dan relatif murah, karena proses ketika penanaman juga hanya asal tanam tidak mementingkan kualitas kopi dan kenikmatan kopi. Mereka tidak merasakan bagaimana nikmatnya kopi yang mereka hasilkan. Padahal dengan hasil biji kopi yang berkualitas mereka mampu menjualnya dengan harga yang mereka mau, karena biji kopi memang berkualitas. Dan pembeli akan segan untuk membeli kopinya. Perusahaan mencoba masuk kedalam pikiran mereka, agar

tidak demikian. Akhirnya digandenglah para petani kopi karena beberapa hal tersebut. Tujuan dari digandengnya mereka juga agar kebutuhan hidup mereka terpenuhi dan menjadi sejahtera daripada sebelumnya.

5. Berapa jumlah petani kopi yang digandeng perusahaan
 - Kita tidak menargetkan harus berapa jumlahnya. Karena prinsipnya adalah ketika ingin maju, ayo maju bersama. Yang tidak ingin bersama ya monggo tidak usah bekerjasama. Kita tidak memaksa. Ada banyak petani kopi yang menjual kopinya ke perusahaan *Zhibond Coffee Indonesia*
6. Benarkah perusahaan memakai strategi berbasis hulu-hilir? Bagaimana basis ini dijalankan?
 - Benar. Ya dijalankan dari proses hulu dari petani kopi yang memasok kopi sampai hilir pihak perusahaan mendistribusikan kopi yang berasal dari hulu itu tadi. Kemudian mengolah kopi sampai siap didistribusikan dan berjalan secara terus-menerus dengan berbagai upaya yang perusahaan lakukan. Seperti pada rantai nilai. Perusahaan berupaya agar produk kopi bernilai tinggi dan diminati semua kalangan. Beberapa upaya perusahaan yakni dengan membuka kedai, menjual sampai ke mancanegara, dan bersaing dengan sistem online juga.

Petani kopi sebagai pemasok kopi sebelumnya di beri arahan bagaimana menghasilkan biji kopi berkualitas baik. Petani kopi diberi pengetahuan mengenai proses awal menanam bibit kopi, pemupukan, panen, sampai pasca panen. Pihak perusahaan juga sering terjun lapang bersama petani kopi. Jadi mereka tidak sungkan untuk bertanya dan mengeluarkan pendapat ketika ada sesuatu yang mereka pikirkan. Kita semua seperti keluarga. Dan hasilnya benar, biji kopi kualitasnya lebih baik daripada sebelumnya.

Ketika sampai di hilir bagian rantai nilai juga disiapkan. Pemilik dan karyawan juga bekerja sama dalam menciptakan aroma yang

menggugah selera dari biji kopi. Karena 30% dari proses menciptakan produk kopi dengan kelezatan rasa super, adalah dari proses di hilir yakni proses sangrai, roasting dan penyajian ketika sudah berada di kedai. Setelah kopi menjadi produk siap pakai, perusahaan mendistribusikannya ke kedai perusahaan, dan tempat-tempat lain seperti khas oleh-oleh jember, khas oleh-oleh malang dll, termasuk mengeksport biji kopi dalam kemasan siap pakai ke luar negeri. Sehingga kopi berjalan dari semua proses. Yakni proses dari hulu sampai ke hilir. Dari rantai pasok petani kopi sampai rantai nilai yang dampaknya juga ke petani kopi yang prosesnya diolah perusahaan *Zhibond Coffee*.

7. Bagaimana peran petani kopi dalam proses berbasis hulu-hilir?
 - Perannya sangat penting sekali. Karena tanpa mereka siapa yang akan menghasilkan biji kopi berkualitas tinggi?. Mereka berperan di awal proses yakni pada proses hulu, bagian pemasok biji kopi.
8. Bagaimana dampak dari adanya perusahaan untuk petani kopi, perusahaan dan karyawan?
 - Untuk saya karyawan berdampak positif. Saya dapat menambah pengalaman, wawasan, dan jaringan saya sebagai manager perusahaan. Saya sampai keluar kota dan bertemu dengan orang-orang hebat diluar sana, karena adanya perusahaan ini. Untuk perusahaan sendiri dengan basis ini perusahaan menjadi teratur. Artinya dengan basis yang dimaksimalkan dari hulu-ke hilir perusahaan menjadi mudah sampai dikenal masyarakat, karena ke khas.an biji kopi yang dihasilkan.

Dampak yang dirasakan juga oleh petani kopi, petani kopi lebih mengerti perannya yang tidak hanya menjual biji kopinya, tetapi juga turut andil dalam menghasilkan kopi berkualitas tinggi. Dampak akhir untuk petani kopi adalah petani kopi dapat dengan percaya diri menjual kopinya tidak dengan sistem ijon karena sudah bermitra dengan perusahaan. Setiap kopi dipanen, biji kopi langsung didistribusikan ke perusahaan. Dan petani kopi menjadi lebih sejahtera,

karena pembelian biji kopi oleh perusahaan berbeda dengan pembeli lain yakni lebih tinggi. Sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhannya, dan hidupnya menjadi lebih sejahtera.



INFORMAN POKOK

A. Identitas Informan

Karyawan Perusahaan (Staf Barista)

Nama : Hamdan Dian

Umur :

Pekerjaan :

Alamat :

Status :

Agama :

Jumlah anggota keluarga :

B. Daftar pertanyaan

1. Sudah berapa lama anda bekerja di perusahaan? Dan sebagai apa anda di perusahaan ini?
 - Saya sudah lebih dari 2 tahun bekerja disini tepatnya dibagian barista kopi
2. Apa yang anda ketahui tentang perusahaan *Zhibond Coffee* indonesia?
 - Yang saya ketahui perusahaan berdiri pada tahun 2010 dan waktu itu perusahaan masih dalam masa merintis, sampai pada tahun 2013 baru perusahaan mulai bersinar. Sampai-sampai memiliki anakan perusahaan yakni Kpori Rakyat Indonesia dan Elora Coffee. Dulu sebelum ada Zhibond, pak Dafi memiliki usaha di Durjo yaitu tanam cabai, terus ganti usaha di perkopian dan tempatnya tetap di Durjo sama petani kopi.
3. Apa benar perusahaan melakukan strategi berbasis hulu-hilir? Apa yang anda ketahui tentang strategi tersebut?
 - Iya. Strategi basis hulu-hilir dek. Strategi yang dimulai dari hulu sampai ke hilir. Prosesnya dilakukan semua dan saling berkesinambungan. Bagian hulu petani kopi yang menggarap, di bagian hilir pihak perusahaan termasuk saya yang bekerja di kedai kopi untuk memaksimalkan harga pasar produk kopi da memutar

produk kopi agar berjalan terus menerus. Maksudnya produk dijual secara *online* dan *offline*, dikirim ke luar negeri. Intinya bagaimanapun usaha perusahaan asalkan kopi terjual secara terus menerus. Karena dampak akhirnya juga ke petani kopi dek.

4. Bagaimana kondisi petani kopi sebelum dan sesudah bekerja sama dengan perusahaan?

- Dulu sebelum bekerjasama dengan perusahaan, petani kopi menjualnya tidak secara tetap. Ada yang ingin membeli langsung mereka jual tanpa pikir panjang. Ketika butuh untuk kebutuhan sehari-hari mereka dengan mudahnya mengijonkan kopinya, padahal hal tersebut dapat merugikan mereka sendiri loh dek. Ijon itu separuh harga dari harga kopi pada umumnya. Selain itu proses menanam kopi juga sesuai dengan kemampuan mereka, jadi hasilnya kurang maksimal. Tapi setelah diajak bekerjasama dengan perusahaan, mereka diajari banyak hal oleh perusahaan, mengenai hal-hal yang ada di bagian hulu seperti membudidayakan kopi dengan benar.

Memproses kopi dengan proses yang tepat dari kopi di selep atau di giling, kopi di jemur, sampai pemilihan biji kopi dan terakhir sampai pada pendistribusian kepada perusahaan. Perusahaan benar-benar memaksimalkan hal tersebut. Sekarang, kondisi petani kopi alhamdulillah lebih terbuka pikirannya untuk memaksimalkan proses menghasilkan biji kopi berkualitas tinggi sehingga dapat dibeli juga dengan harga yang tinggi. Selain itu mereka tidak lagi mengijonkan kopinya tetapi langsung mendistribusikan kopinya ke perusahaan. Mereka tidak lagi menjual ke pengepul tapi sebagian kopi yang mereka punya, mereka simpan dan di distribusikan ke perusahaan ketika perusahaan membutuhkan.

Dan selain itu juga banyak dari petani kopi yang dapat menyekolahkan anak-anaknya ke jenjang yang lebih tinggi

INFORMAN POKOK

A. Identitas informan

Karyawan perusahaan bidang roastery

Nama : Hadi Purnomo
Umur :
Pekerjaan :
Alamat :
Jenis kelamin :
Status :
Pendidikan terakhir :
Jumlah tertanggung :

B. Daftar pertanyaan

1. Sudah berapa lama anda menjadi karyawan di *Zhibond Coffee*? Ada apa divisi anda perusahaan tersebut?
 - *Aku yowes suwi bareng gone pak dafi mbak. Aku kan yo pesuruhe pak dafi mulaai mbiyen pak Dafi pindah nang mangli kene. Maringunu pas aku ditugasi bagian roastery nang kedai kopi perusahaan mbak*
(saya sudah lama bekerja di mas Dafi mbak, karena dari dulu saya memang menjadi pembantunya beliau. Kemudian ditugasi sebagai divisi roastery di kedainya beliau ini mbak)
2. Apa yang anda ketahui tentang perusahaan?
 - *Aku wero pas iko perusahaan lek ga salah ngadek taon 2010 mbak, pas terus di jalani ambe pak Dafi lan konco-koncoe sampek terkenal tekan endi-endi iku tahun 2013.an mbak. Pertamae pak Dafi ki kenal ambe wong tani kopi, pas berhubungan mbak. Critoe ki pak Dafi kan awale kerjo nang pajek iku lo mbak, maringunu dekne ngeroso ga nyaman jare, adek pas pindah usaha neng lombok budidaya lombok mbak. Eh malah jare ga pas pisan jare keuntngne mek saitik ngono mbak, trus yo ga isok bermanfaat gae seng lain hasil teko panen lombok kuwi.*

Akhire pak dafi nerusno kontak-kontakan ambe tani kopi iku mbak. Delok-delok potensi hasil kopi lek misal pak Dafi buka usaha kopi. Akeh masalah seng garai pak dafi mbiyen greget pengen buka usaha kopi mbak. Masalaha seng ono nang Durjo iki tani kopi mbiyen seneng gae ijon mbak. Seneng ngedol kopi separuh rego asli, maringunu yo ono seng utang disek ngko lek wes panen baru njupuk hasil panen gae nyerah utang. Lah kan koyok ngene yo tani rugi seh mbak aslie. Maringunu tani kopi yo ngedol asal ngedol ae, padahal kopine isok didol larang pokok gelem dadikno biji kopi seng berkualitas temen mbak. Tapi ngga ngunu tani kopi iki. Seng penting leh duwet ae pikirane. Disisi lain pak Dafi kan yo pengen kerjoe ki bermanfaat ga cuman gae dek.e tapi yo gae seng lain. Dadi pas buka perusahaan iki mbak gae ben bermanfaat gae kabeh kalangan. Iku awal mulane pak Dafi buka perusahaan seng usahane usaha kopi.

(Perusahaan didirikan pada tahun 2010 meristis selama kurang lebih tiga tahunan, dan mekar di tahun 2013. Awal perusahaan berdiri setelah Bapak Dafi mengenal salah satu petani kopi Durjo. Sebenarnya pak Dafi bekerja di perpajakan, tapi karena merasa tidak nyaman, pak Dafi membuka usaha yakni budidaya cabai, tapi merasa tidak cocok juga karena laba yang dihasilkan sedikit, dan tidak bisa memberikan manfaat untuk yang lain.

Jadi pak Dafi melihat-lihat kondisi di Durjo dan kondisi petani kopinya. Setelah mengetahui beberapa hal seperti petani kopi yang memakai sistem ijon, biji kopi yang dijual ke pengepul dengan harga murah yang berdampak pada kesejahteraan petani kopi. Selain itu juga pemilik perusahaan pak dafi ingin bermanfaat untuk yang lain yakni petani kopi, akhirnya beralih usaha dari tanam cabai menjadi usaha kopi. Disitulah awal berdirinya perusahaan kopi.)

3. Apa benar perusahaan *Zhibond Coffee* menggunakan basis hulu-hilir? Jika benar apa yang anda ketahu tentang basis tersebut?

- *Iyo bener mbak. Aku paham sikit-sikit iku mbak. Dasar seng digae perusahaan iki dasare gae hulu ambek hilir. Hulu iki bagin seng duwur yoiku bagiane petani kopi. Petani kopi seng tugase masokno kopi istilahe iku rantai pasok mbak. Dadi bagian hulu iki bagian seng perane penting gae seteruse mbak. Kok isok ngunu? Iyo soale bagian seng pertama garap utowo seng ngasilne kopi. Lek kopie kwalitase ndak apik yo bakal elek seteruse sampe neng hilir, kan iso-iso ndak payu kopi iki mbak. Dadi koyok petani kopi kudu pinter meliharra kopi. Iku yo sering pak Dafi ngajari melihara kopi seng bener mbak. Koyok mulai nandur, milih lan deleh.e bibit, mupuk, nyiram, ngerabuk, sampek panen, lan mari panen. Koyok tani kopi iki kudu bener kerjoane mbak, yaopo iku mau proses.e sampek akhire dadi biji kopi seng di selep, di jemur, pas di pilih seng apik ambe seng rusak bijine kopi iku. Pokok wes ngunu iku proses hulu bagian rantai pasok mbak.*

Pas lek bagian hilir iki neng bagian seng ngisor bak. Kan kopi mari dipilihi iku mau, pas di gowo neng perusahaan. Perusahaan mulai nngolah biji kopi iku mbak. Sampe dadi kemasan mateng seng isok d konsumsi ambek kemasan mentah seng di dol neng luar negeri. Pokok perusahaan iki kerjoe terus enerus mbak. Kan perusahaan duwe anakan perusahaan jenenge kedai kopi rakyat indonesia. Lah neng kene iki panggone kopi di dol mbak. Kan kedaie iki wes buka cabang nengdi-nengdi mbak sesuai kontrak. Terus kopine selain di deleh neng kedai yo di pasok neng luar negeri lan di dol neng media sosial mbak. Pokoke ben laris ngono. Dadi enkok lek entek kopi neng perusahaan, njalok pasokan biji kopi maneh neng tani kopi iku mau mbak. Ngunu iku wes seteruse.

(iya benar itu mbak. Saya paham sedikit sedikit tentang ini. Dasar yang dibuat perusahaan ini kan dasarnya adalah hulu-hilir. Hulu ini bagian atas yaitu petani kopi. Petani kopi tugasnya memasok kopi, namanya dalam rantai hulu ini adalah rantai pasok mbak. Jadi peranan di hulu ini penting sekali mbak, mengapa demikian? Karena bagian pertama

dari rantai ini adalah proses menghasilkan kopi mbak. Jadi petani kopi memiliki peranan yang penting dalam hal ini. Jika kualitas kopi yang dihasilkan kurang baik maka akan berdampak pada proses berikutnya yaitu dibagian hilir. Pada proses ini Bapak Dafi juga andil yakni dengan memberi tahu mengenai hal-hal yang perlu dilakukan dan pengerjaannya juga harus sesuai. Dari proses menanam, memilih bibit untuk ditanam, pemupukan, pemberian air, panen sampai pasca panen pak Dafi mendampingi petani kopi. Ketika kopi dipanen dan sampai pada proses di selep dan di jemur, waktunya juga benar-benar diperhatikan. Pokoknya Mas Dafi mendampingi petani kopi di bagian hulu mbak.

Dibagian hilir juga sama, hilir adalah bagian bawah. Yakni biji kopi pilihan yang sudah diterima perusahaan seolah oleh perusahaan untuk dijadikan bahan matang di konsumsi dan bahan mentah dikirim ke luar negeri dan dijual via online media sosial mbak. Yang penting kopi dapat terjual. Sehingga setelah habis dapat mengambil lagi pada petani kopi begtu seterusnya.)

4. Bagaimana kondisi petani kopi sebelum dan setelah bekerjasama dengan perusahaan?

- *Yo lumayan lah mbak. Wong miyen sek masa-masa kopi didol murah. Pas ono mas Dafi harga duwur. Petani kopi biyen nandur kopi, melihara kopi, manen kopi yo asal-asalan mbak, seng penting oleh duwit masio olehe saitik. Sopo ae seng pe tuku yo di dol ae wes ambe wong-wong iku, pas wayah butuh duwek durung wayahe panen yo ngutang disek neng wong lain, yo ngunu iku wes pokok.e. dampake yo kebutuhane kurang-kurang mbak jenenge gali lubang tutup lubang, kopine yo murah dol.ane. mbiyen yo ga sejahtera. Tapi lek saiki yo lumayan, anak-anake yo sekolahe duwur saiki, pokoke sejahtera wes*
(ya sudah lumayan mbak. Dulu harga kopinya murah, setelah ada mas Dafi baru mahal. Petani kopi dulu ketika memelihara kopi dengan asal-asalan mbak, yang penting dapat uang meskipun dengn jumlah yang

sedikit. Siapa saja yang ingin membeli ya dijual saja. Ketika butuh uang juga pas belum waktunya panen, mereka pinjam duwit, dan hasil panen nantinya buat melunasi hutangnya iyu. Ya seperti itulah kira-kira yang dampaknya mereka sendiri yang merasakan. Kehidupan pas-pasan dan banyak hutang. Berbeda dengan sekarang. Sekarang sudah lumayan. Bisa dikatakan sudah sejahtera, kebutuhan terpenuhi dan bisa menyekolahkan anaknya sampai ke perguruan tinggi.



TRANSKIP DATA WAWANCARA
INFORMAN TAMBAHAN

A. Identitas informan

Nama : Selamat Riyadi
Umur :
Pekerjaan :
Alamat :
Status :
Pendidikan :
Jumlah tertanggung :
Pukul :
Lokasi :

B. Daftar pertanyaan

1. Apa pekerjaan anda saat ini?
 - Saya jadi salah satu penjaga di perkebunan durjo dek
2. Apakah anda mengenal perusahaan *Zhibond Coffee*? Jika ia bagaimana hubungan anda dengan perusahaan *Zhibond Coffee*?
 - *Ya cek mengenalnya dek, jek reng saya sudah anggap pak Dafi sodara dibik dek. Sudah 8tahunan saya bersama beliau dek (ya sangat mengenal sekali dek, Bapak Dafi sebagai pemilik perusahaan sudah saya anggap sebagai saudara saya sendiri dek)*
3. Bagaimana awal mula anda berhubungan dengan perusahaan *Zhibond Coffee* sampai bermitra dengan perusahaan tersebut?
 - lambek nekah guleh ajuel kopi ka pengepol dek. Reggenah ngode lambek dek. Guleh Engak lambek reggenah gik lemaebuh dek. Yeh dekremah pole dek nyamana buto pesse gebei nyokopin kebutuhan seareh-areh bik nyekolaagih kanak-kanak. Pokok'en bilen paspasan genekah dek. Guleh bilen ajuel kopi nah saparonah reggeh ye gebei ijon jriyeh dek. Sekadeng emak'en kuleh otang geluh ka oreng. Teros ngalonasenotang jriyeh ngantos ollenah kopi se mareh e panen.*

Sebelunnah kenal pak dafi serrabein pon se melleyah kopinah guleh.bektoh genikah pak Dafi gik namen cebbih. Semarena genika pak Dafi pas ngalle namen kopi. Genika teros baggus bik kuleh, dadi akherah nekah pak dafi nekah bissah melleh neng ka entoh ben reggeh semaksimal tembeng se laenah. Genikah lugelunah kuleh se alakoh bereng pak Dafi”

Dulu itu saya dengan petani kopi disini menjual kopi di pengepul dek. Harganya murah dulu itu. Saya inget harganya masih 5000.an perkilo. Ya gimana lagi dek namanya butuh uang untuk kebutuhan sehari-hari dan sekolah anak-anak. Pokonya dulu itu pas-pasan dek. Saya dulu jualnya dengan separuh harga pakai ijon itu. Kadang Ibu saya hutang dulu ke orang, terus melunasinya dengan menunggu kopi yang sudah di panen itu dek. Kan saya masih belum mengenal pak Dafi, jadi siapa saja yang beli pokoknya ada yang beli dijual sudah dek. Pas itu juga pak Dafi masih nanem cabai, tapi pas pindah ke kopi. Berhubungan terus sama saya dek. Saya juga yang memberitahu petani kopi sini kalau pak dafi disini dapat membeli kopi kita lebih dari harga pembeli yang lain. Gitu dek awal kita bekerjasama pas.

4. Seberapa besar pengaruh perusahaan terhadap petani kopi setelah dan sebelum bekerjasama dengan perusahaan?
 - Pengaruhnya besar sekali. Kalau tidak ada beliau gatau saya gimana sudah dek. Dulu masa-masa kopi itu debeli murah sekali sama pengepul. Kan yang jual kopi itu banyak, pengepul biasa lah dek menjualnya dengan harga yang relatf murah. Kalau mau dijual ya silahkan, kalau tidak ya terserah. Kita petani kopi kan juga butuh uang untuk memenuhi kebutuhan, jadi mau tidak mau ya di jual saja ke pengepul itu dek. Dulu murah perkilonya Rp5000 kalau tidak salah. Sekarang sudah mencapai 40ribuan. Apalagi kan ada dua jenis kopi disini robusta dan arabica. Robusta dan arabica ini harga berbeda. Lebih mahal arabica dek. Robusta 35rIbuan dan arabica 45rIbuan. Saya itu merasa senang pas ada mas Dafi dek, harga kopinya itu beda

sama yang lain, pasti lebih besar. Saya untuk mengecewakan pak Dafi itu susah dek. Dulu saya asal jual saja itu biji kopi, kalau ke mas dafi bagaimana mau asal jual, wong saya dikasi arahan dari awal proses memelihara kopi dek, bahkan saat ini saya diajak untuk melihat-lihat proses roasting dan disuruh ke kedainya dek untuk menikmati kopinya dan dikasi tau cara menyediakan kopi dengan kenikmatan yang luar biasa dengan proses barista itu dek. Dulu itu saya belum bekerja sebagai penjaga perkebunan, ngerawat kopi itu sudah dek. Hasil yang didapatkan belum bisa memenuhi kebutuhan saya sehari-hari dek. Setelah mengenal mas Dafi, aya berusaha sesuai arahan beliau menghasilkan biji kopi dengan kualitas yang baik. Ketika proses setelah panen kan dijemur. Jemur itu juga tidak sembrono dek, harus bener-bener pas dan ada waktunya, itulah salah satu arahan pak dafi. Sampai pada pemilihan biji kopi, juga bener-bener dipilih mana yang bagus dan mana yang jelek. Kemudian didistribusikan ke pak dafi. Pokoknya dampaknya besar sekali dek ke kehidupan saya dan keluarga saya.

5. Berapa bulan sekali memanen kopi? Dan apa yang anda lakukan setelah memanen kopi tersebut?
 - Manen kopi itu 6bulan sekali dek. Setiap panen tidak tentu berapa kali panennya tergantung kematangan biji kopi. Biji kopi juga dipetik sesuai atura dek, yakni biji kopi merah yang baik. Ketika biji kopi selesai di sortir yang baik dan yang jelek, kopi didistribusikan ke perusahaan.
6. Apakah kopi didistribusikan semuanya? Berapa kilo Bapak dafi mensuplay kopi tiap bulannya?
 - Tidak dek, biasanya pak Dafi minta sesuai kebutuhan yang akan di taruh di kedai, di jual online, di toko-toko khas dan dikirim ke luar negeri. Ketika kopi masih ada dan pak dafi belum meminta, saya simpan dek untuk kebutuhan perusahaan selanjutnya. Sebenarnya sih Bapak Dafi idak melarang kita untuk menjual ke yang lain, tapi karena

sudah bekerjasama dan kontrak, takut kopi habis ketika dibutuhkan, jadi saya simpan untuk di supply ke perusahaan ketika perusahaan membutuhkan.

7. Apakah perusahaan memakai strategi berbasis hulu hilir untuk meningkatkan kesejahteraan petani kopi? Apa peran petani kopi didalamnya? Dan bagaimana dampaknya untuk petani kopi?

- Benar dek. Tapi saya tidak tahu persis. Saya hanya tahu dibagian hulu saja. Dibagian hilir hanya beberapa hal yang saya tahu. Perai petani kopi terletak di hulu dek. Untuk memasok kopi atau pada rantai pasok strategi hulu, petani kopi yang menyiapkan biji kopinya dek. Jadi tanpa petani kopi siapa terus yang akan mensupply biji kopinya tersebut. Jadi pihak perusahaan juga turut andil disini dek. Pak dafi membantu kami, mendampingi kami memberitahu kami bagaimana menghasilkan biji kopi terbaik, seperti yang sudah saya jelaskan sebelumnya dek. Jadi petani kopi benar-benar dibimbing agar menghasilkan kualitas kopi terbaik. Itu yang saya tahu pada rantai pasok strategi bagian hulu.

Untuk hilirnya ada mata rantai yang namanya rantai nilai, jadi perusahaan memaksimalkan olahan kopi agar nilainya menjadi tinggi. Menciptakan kualitas asa dan kenikmatan yang tiada tara. Pkokoknya bagaimana kopi itu bisa dinikmati dan di minati semua kalangan. Upaya perusahaan juga banyak dek seperti yang sudah saya sebutkan sebelumnya, mereka berupaya menjual lewat kedai dan membuka beberapa cabang, mereka menjual via online, juga mereka ekspor keluar negeri. Hasilnya juga sampai dirasakan saya sebagai petani kopi dek. Saya bersemangat dalam memelihara kopi, dan pengasilan saya juga bisa untuk memenuhi kebutuhan saya sehari-hari. Bagaimana tidak kopi *disupply* secara terus menerus dengan harga yang bersahabat, di tambah pekerjaan saya menjaga kebun. Jadi alhamdulillah sudah dek.

INFORMAN TAMBAHAN

A. Identitas informan

Nama : Liyanti
Umur :
Pekerjaan :
Alamat :
Status :
Pendidikan terakhir :
Jumlah tertanggung :
Pukul :
Lokasi :

B. Daftar pertanyaan :

1. Apakah anda mengenal perusahaan Zhiibond Coffee?

Enggi, kuleh tao, kenal bik pak Dafi. Pak dafi nekah oreng se meleh biji kopinah kuleh bing

- Iya, saya tahu, saya kenal pak dafi. Beliau adalah orang yang membeli biji kopi milik saya

2. Bagaimana awal mula anda berhubungan dengan perusahaan Zhibond Coffee?

- *Kuleh nekah taonah pak dafi dari pak slamet, katanya kalau sama beliau biji kopinah kuleh e meleh dengan harga lumayan bing. Duh omongnah kuleh porcampor bing hehe. Kuleh terroah e peusahaan bing, deddih kuleh neremah ajaknah pak slamet. Kuleh juel e pak dafi. Saya seneng mun dissak bing, kule e berik taho se benner tamen kopi sampe panen kopi, sampe e juel ka pk Dafi bing, pokok.en pak dafi oreng ngah baik bing.*

(Saya tahu pak Dafi dari pak Slamet, katanya kalau beliau membeli kopi dengan harga yang lumayan, jad say tertarik. Saya seneng bekerjasama dengan Bapak Dafi karena saya belajar banyak hal dari beliau untuk menghasilkan kopi kualitas baik dengan memelihara kopi

dengan kualitas baik. Pak dafi itu orangnya baik dek. Duh saya ngmongnya campuran hehe)

3. Seberapa besar pengaruh perusahaan untuk petani kopi? Sebelum dan sesudah bekerjasama dengan perusahaan.

- Lumayan lah bing, dengan adanya perusahaan saya tidak perlu ijon kopi. Karena pak dafi melarangnya hehe, saya juga tidak dikasi uang dulu kalau kopinya belum ada, jadi pak dafi berusaha mengingatkan dan tidak menganjurkan untuk berhutang. Jadi ketika panen tiba, saya jual kopi ke pak Dafi langsung.

4. Berapa bulan sekali memanen kopi? Dan bagaimana anda mengatur pendistribusian biji kopi tersebut?

- *Biasanah nembulen sekaleh bing*. biasanya 6 bulan sekali dek). Panennya tidak langsung semuanya, karena yang d pilih itu petik biji merahnya dek, kadang selama 6bulan itu petik kopi bisa sampai 3 4 kali. Ketika kopi tinggal didistribusikan saya menunggu perusahaan membeli kopi saya. Ketika belum di beli ya saya simpan dulu biji kopi tersebut. Tapi kadang saya jual ke yang lain hehe, karena pihak perusahaan tidak melarang saya untuk bekerjasama dengan yang lain. Tapi saya tetap memprioritaskan untuk perusahaan *bing* (dek)

5. Apakah perusahaan memakai strategi berbasis hulu-hilir? Bagaimana peran petani kopi dalam basis ini?

- *Enggi bing. Petani kopi gihh berperan ka strategih nekah. Bagian hulu kan petani kopi se jelen bing. Pak dafi membimbing kuleh cara namen se ngasellagh kualitas begus bing. Dari namen sampek panen pak dafi dampingi bing. Ka strategih hilir ye kiyah pak Dafi bik oreng-orengah ruwah se jelen, perusahaan se juel kopi dalam bentuk kemasan olah mateng bik menta, pokoknah muter jieh lah bing, saling berkaitan sitong bik seng lain. Anggui cara e masok agih ka fb bing, e juel ka berung, ka oleh-khas khas bik ruwah e kerem ka luar negeri.*

(iya dek, petani kopi berperan dalam strategi ini. Petani kopi dibagian hulu dan didampingi pihak perusahaan pak Dafi . pada strategi hilir

yang jalan bukan petani kopi tapi pihak perusahaan. Yakni menjual kemasan biji kopi mentah dan matang. Dengan banyak cara seperti jual di kedainya di media sosial, dan ikirim keluar negeri)



INFORMAN TAMBAHAN

A. Identitas informan

Nama : Nurami
Umur :
Pekerjaan :
Alamat :
Statua :
Pendidikan terakhir :
Jumlah tertanggung :
Pukul :
Lokasi :

B. Daftar pertanyaan

1. Apakah anda mengenal perusahaan *Zhibond Coffee*?
 - *Enggi bing*
(iya dek)
2. Bagaimana awal mula anda berhubungan dengan perusahaan *Zhibond Coffee*?
 - *Kuleh kenal pak dafi mulai a juel biji kopi ka perusahannah dek. Kuleh juel ka perushaannah abit lah, belungtaon lambek.*
(Saya kenal pak Dafi mulai saya menjual kopi saya ke beliau)
3. Seberapa besar pengaruh perusahaan terhadap petani kopi? Sebelum dan sesudah bekerjasama?
 - *Lumayan la dek, bilen kok juel kopi ngode ka pengepol sebelumnah bedeh pak dafi. Guleh gih juel ijon pas kebutuhan bedeh se mendadak, pas pole guleh otang, mangken munlah panen gule nyaor otangnah guleh jiruyeh dek. Pas bedeh pak Dafi gi alhamdulillah. Gule ngorangi ka otang bik ijon agih biji kopi. Bilen lemaebuh kuleh juel kopi, mon juel reggeh tenggih gih tadek se melleyah. Tapeh pas bedeh pak dafi kuleh terroh teros-terosan juel ka pak dafi dek. Kule neka nyaman, biji kopi e meleh reggenah tenggih, gik oleh wawasan derih pak Dafi.*

Derrih proses namen sampek panen kuleh e berik tao caranah dek, dekremah ngaselagih biji kopi se mantap.

- Lumayam dek, dulu saya jual kopi murah di pengepul. Adakalanya ketika kebutuhan mendadak saya menjualnya dengan ijon dek. Kadang juga saya hutang dulu pasa lunasinnya ketika panen tiba. Jadi hasil yang saya dapat itu sedikit, karena untuk menutup hutang itu. Kemudian ada pak Dafi itu saya mulai bekerjasama dengan beliau. Saya jual kopinya langsung ke beliau, karena beliau tidak menerapkan ijon dan hutangan dek. Isilahnya ada barang ada uang. Jadi saya terus-terusa berhubungan dengan beliau. Beliau orangnya baik dek mau engajari saya agar menghasilkan kopi yang berkualitas. Saya di damping dalam melakukan proses memelihara kopi sampai di distribusikan ke perusahaan dek.)

4. Berapa bulan sekali kopi dipanen? Dan bagaimana petani kopi mengatur kopi yang sudah di panen?

- *Nembulen sekaleh dek, tak tentoh tapeh metiknya itu kada 3 bulan bisa 4 kali, tergantung biji merahnya itu dek. Pas biji kopi siap di jual, gi dentek Pak Dafi se meleah kopi dek, mon pak dafi La meleh, nang bungkoh gik bedeh ye kok simpen gebei pak Dafi mon botu. Meskipun pak dafi membeskan kuleh ki dek juel ka sapaah bein, tapi kok tak terroah dek. Kok la nyaman ka pak dafi riyyah.*

(6 bulan sekali dek, tidak tentu pemetikannya kadang selama 6bulan itu bisa 4x, tergantung biji merahnya yang dipetik, kan pertumbuhan biji kopi berbeda-beda. Menjualnya nunggu pak dafi yang beli dek, meskipun pak dafi membebaskan saya untuk menjual ke yang lain, tapi saya sudah nyaman sama mas dafi dek.

5. Apakah perusahaan memakai strategi berbasis hulu-hilir? Bagaimana peran petani kopi dalam basis tersebut?

- *Setaonah kuleh enggih dek, gi tak tao pole. Hulu nekah begian attas dek, atasnah nekah gi petani kopi. Petani kopi endik peran e basis jieh. Kan se masok agih kopi jiyeh petani kopi dek. Dedih pak Dafi*

rengsereng bik petani kopi maksimallagih proses namen sampe metik sampek e distrIbusiagih ka perusahaan. Pas sampek perusahaan pihak Zhibond Coffee nekah se nglakoagih strategi bagian hilirnah. Seberemmah kopi nekah bissah e konsumsi bik bissah ka juel pokok.en lah. Deddih perusahaan upayaagih juel kopinh lewat sosial media uwah dek, lewat berung berung bik e kerem ka loar negerih.

(Setahu saya iya dek. Hulu dibagian atas dan hilir dibagian bawah. Hulu ini petani kopi yang berperan dalam memasok kopi ke perusahaan. Pada proses hulu dalam memasok kopi, petani kopi bersama pihak pak dafi memaksimalkan prosesnya, dari proses menanam, memelihara, memanen, sampai pendistrIbusiaan kopi. Sampai dbagian hilir kopi yang sudah didistrIbusikan, perusahaan berupaya agar kopi dapat sampai ke konsumen. Dengan di jual lewat sosial media, di jual di warung-warung dan dikirim ke luar negeri.)

INFORMAN TAMBAHAN

A. Identitas Informan

Nama : Muhammad
Umur :
Pekerjaan :
Alamat :
Status :
Pendidikan terakhir :
Jumlah tertanggung :
Pukul :
Lokasi :

B. Daftar pertanyaan

1. Apakah anda mengenal perusahaan *Zhibond Coffee*:
 - Iya mbak
2. Bagaimana awal mula anda berhubungan dengan perusahaan *Zhibond Coffee*?
 - Dulu saya taunya dari pak slamet mbak, dia ngasi tau kalau ada perusahaan yang bisa menggandeng kita untuk bisnisnya. Yawes saya mau daripada saya bingung yakan mau saya jual kemandi ini kopi saya.
3. Seberapa besar pengaruh perusahaan untuk petani kopi? Sebelum dan sesudah bekerjasama dengan perusahaan?
 - cukup besar menurut saya dek, sebelum ada perusahaan saya sendiri jualnya *amburadul* maksudnya tidak tentu dek, ada yang mau beli ya saya jual, pernah pas musim panen ga ada yang mau beli kopi saya itu dek. Sampe beberapa minggu itu pas ada pengepul mau beli tapi murah dek alasannya karena biji kopi suda agak laas, padahal ya tidak apa-apa sebenarnya. Tapi ya begitulah namanya pembeli, dan posisinya saya juga pas butuh jadi ya saya jual aja sudah. Tapi setelah saya bekerjasama sama petani kopi saya alhamdulillah tidak bingung lagi

kopi milik saya ini harus di jual kemana. Karena pak Dafi yang sudah pasti membeli kopi saya.

4. .berapa bulan memanen kopi dan bagaimana anda mengatur pendistribusian kopi tersebut?
 - Biasaya 6 bulan sekali sudah panen itu mbak, tapi pas panen nanti bisa panen sampai berkali-kali kadang 1 bulan bisa 2 kali petik kopi karena kan kopi tidak sama perkembangannya satu dengan yang lain, ada yang masih hijau dan ada yang sudah merah duluan. Setelah kopi di panen dan melalui beberapa proses seperti metode kering sampai pentortiran biji kopi, kopi didistribusikan ke perusahaan mbak. Kadang kan perusahaan langsung menghubungi saya, kadang saya tanya ke pak selamat apa perusahaan membutuhkan kopi apa tidak, kalau masih belum membutuhkan ya saya simpan mbak, nunggu pak Dafi membeli kopi punya saya.
5. Apakah perusahaan memakai strategi berbasis hulu hilir? Bagaimana peran petani kopi dalam basis tersebut?

-iya mbak. Ya penting lah mbak. Di hulu itu bagian pemasok kopi mbak. Hulu itu memegang 40% peranan dan hilir 60% dalam menghasilkan kopi berkualitas dan dapat dinikmati semua kalangan. Jadi petani kopi harus benar-benar paham tentang kopi. Dan perusahaan terutama pak Dafi sudah cukup memberi pemahaman dalam menghasilkan biji kopi berkualitas ini mbak. Beliau sering mendampingi kita para petani dalam proses penanaman kopi sampai memanen kopi. Ketika kopi sudah di panen seperti yang saya ceritakan tadi, kemudian kopi di distribusikan ke perusahaan, disitulah hilir dengan peran 60% mulai bekerja. Mereka yang ada diperusahaan mengolah kopi menjadi bahan matang untuk dikonsumsi dan bahan mentah untuk di ekspor keluar negeri. Olahan biji kopinya juga di kemas dalam bentuk kemasan untuk di jual via *offline* di kedai kopi Rakyat milik perusahaan anakan dari perusahaan *Zhibond Coffee* Indonesia. Selain itu juga di taruh di toko khas Jember dan malang.

Dan via *online* juga ada sosial medianya dari Zhibond ini mbak, jadi siapa aja yang minat bisa menghubungi alamat sosial media yang dibuat oleh perusahaan.



LAMPRIRAN D
TRANSKIP REDUKSI

STRATEGI BERBASIS HULU-HILIR PERUSAHAAN *ZHIBOND COFFEE* INDONESIA DALAM MENINGKATKAN
KESEJAHTERAAN PETANI KOPI DURJO

KATEGORI	TRANSKIP WAWANCARA	REDUKSI DATA	DATA DISPLAY	KESIMPULAN/VERIVIKASI
Petani kopi Sebelum dan sesudah bekerjasama dengan perusahaan <i>Zhibond Coffee</i> Indonesia	- Menurut saya banyak sekali manfaat yang didapatkan dari didirikannya perusahaan ini.karena tujuannya kebermanfaatan bagi sesama. Maka hasilnya memang bermanfaat untuk sesama. Buktinya saya sendiri sebagai pemilik perusahaan merasa senang dapat bermanfaat untuk orang-orang disekitar saya. Karyawan yang	-ada manfaat perusahaan untuk petani kopi -manfaat untuk petani kopi kebutuhan hidup mereka terpenuhi, dan kesejahteraan sosial mereka meningkat. -Dulu harga kopi mereka Rp 8000/kg sekarang bisa sampai Rp 45000/kg. Saya	Perusahaan memiliki pengaruh besar terhadap kesejahteraan petani kopi. Harga kopi sebelum adanya perusahaan yakni berkisar Rp8000 perkilogram dan seakarang setelah bekerjasama dengan petani kopi harga mencapai Rp45000/kg -sebelum mengenal	-Kopi yang dijual petani kopi sebelum dan sesudah bekerjasama dengan perusahaan mengalaih kenaikan harga yang positif. Dari harga yang dulunya hanya Rp 8000, sekarang mencapai Rp 45000 perkologram -petani kopi tidak perlu mengijonkan kopinya, menjual dengan harga murah, dan berhutang sebelum kopi

	<p>awalnya nganggur saya ajak untuk bergabung dan menumbuhkan sifat kreatif agar perusahaan dapat terus berkembang. Begitu juga dengan petani kopi .saya rasa memang ada manfaatnya untuk mereka. Mereka tidak mengijonkan kopinya. Dulu harga kopi mereka Rp 8000/kg sekarang bisa sampai Rp 45000/kg. Saya juga membelinya dengan hitungan yang cukup royal, karena saya juga memikirkan petani kopi dari menjual hasil kopinya adalah untuk kebutuhan keluarganya. Dan alhamdulillah hasil panennya</p>	<p>juga membelinya dengan hitungan yang cukup royal, karena saya juga memikirkan petani kopi dari menjual hasil kopinya adalah untuk kebutuhan keluarganya. -Dulu murah perkilonya Rp5000 kalau tidak salah. Sekarang sudah mencapai 40ribuan. Apalagi kan ada dua jenis kopi disini robusta dan arabica. Robusta dan arabica ini harga berbeda. Lebih mahal arabica dek. Robusta</p>	<p><i>Zhibond Coffee</i>, petani kopi masih belum dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari karena mereka sering melakukan sistem Ijon, kopi dijual dengan harga yang murah, hasil kualitas kopinya rendah dan dibeli pengepul dengan harga murah dan suka ngutang dengan melunasi setelah kopi mereka dipanen. -setelah bekerjasama dengan perusahaan, petani kopi tidak lagi mengijonkan kopinya karena perusahaan mumpuni dalam membeli</p>	<p>dipanen. Karena mereka diajari memelihara kopi agar menghasilkan kopi kualitas baik, sehingga kopi dapat terjual dengan harga tinggi.dan saat ini mereka sudah mampu memenuhi kebutuhan hidupnya. Petani kopi mampu menyekolahkan anaknya hingga ke peruguruan tinggi.</p>
--	--	---	---	---

	<p>dijual kepada saya tidak kepada pengepul lagi. Dan hal ini berjalan secara <i>continue</i>. Sehingga kesejahteraan sosial mereka meningkat. Anak-anaknya sekolah ada yang SMA, bahkan ada yang sudah kuliah.</p> <p>(pemilik perusahaan HK)</p> <p>- Untuk saya karyawan berdampak positif. Saya dapat menambah pengalaman, wawasan, dan jaringan saya sebagai manager perusahaan. Saya sampai keluar kota dan bertemu dengan orang-orang hebat diluar sana, karena</p>	<p>35ribuan dan arabica 45ribuan. Saya itu merasa senang pas ada mas Dafi dek, harga kopinya itu beda sama yang lain, pasti lebih besar.</p> <p>-Dulu sebelum bekerjasama dengan perusahaan, petani kopi menjualnya tidak secara tetap. Ada yang ingin membeli langsung mereka jual tanpa pikir panjang. Ketika butuh untuk kebutuhan sehari-hari mereka dengan mudahnya</p>	<p>kopi dengan harga cukup tinggi, mereka tidak didik untuk berhutang, dan mereka di ajarkan untuk dapat menghasilkan kopi yang berkualitas.</p> <p>-kebutuhan petani kopi menjadi terpenuhi</p> <p>-kehidupan petani kopi sejahtera, petani kopi mampu menyekolahkan anaknya sampai pada jenjang perguruan tinggi</p>	
--	---	--	--	--

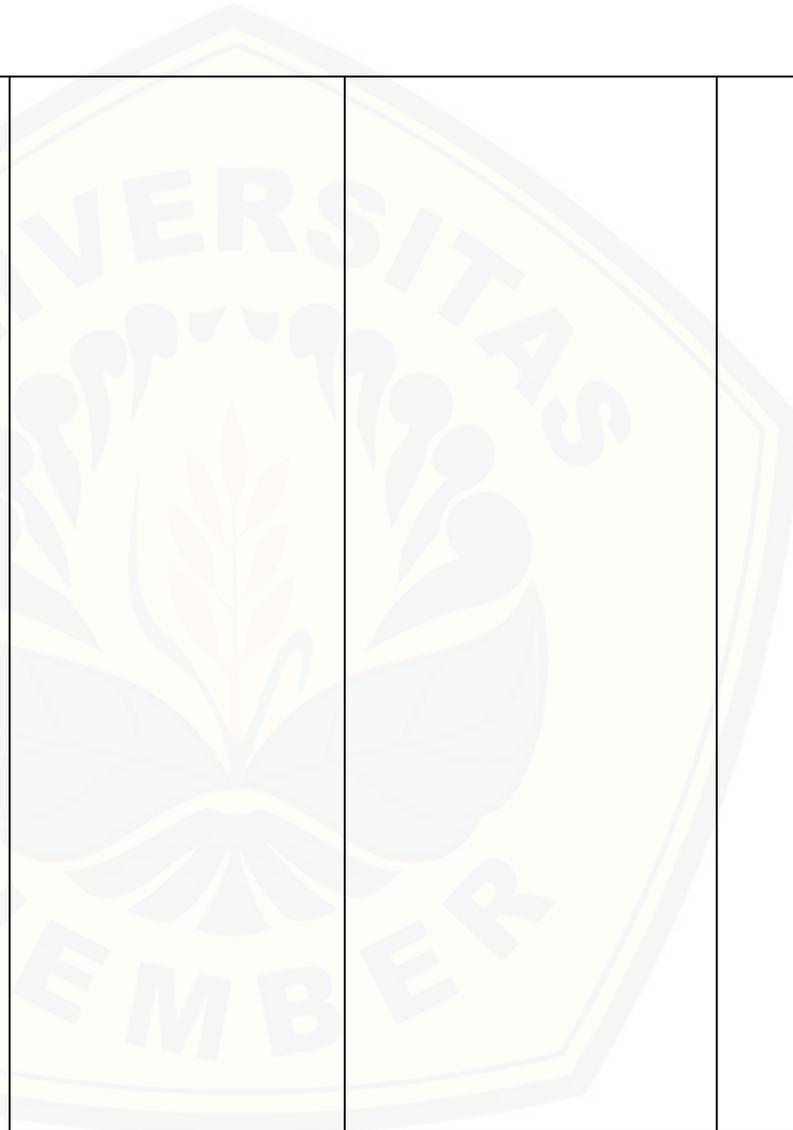
	<p>adanya perusahaan ini. Untuk perusahaan sendiri dengan basis ini perusahaan menjadi teratur. Artinya dengan basis yang dimaksimalkan dari hulu-ke hilir perusahaan menjadi mudah sampai dikenal masyarakat, karena ke khas.an biji kopi yang dihasilkan.</p> <p>Dampak yang dirasakan juga oleh petani kopi, petani kopi lebih mengerti perannya yang tidak hanya menjual biji kopinya, tetapi juga turut andil dalam menghasilkan kopi berkualitas tinggi.</p> <p>Dampak akhir untuk petani kopi adalah petani kopi dapat</p>	<p>mengijonkan kopinya, padahal hal tersebut dapat merugikan mereka sendiri. Ijon itu separuh harga dari harga kopi pada umumnya. Selain itu proses menanam kopi juga sesuai dengan kemampuan mereka, jadi hasilnya kurang maksimal. Tapi setelah diajak bekerjasama dengan perusahaan, mereka diajari banyak hal oleh perusahaan, mengenai hal-hal yang ada di bagian hulu seperti</p>		
--	---	---	--	--

	<p>dengan percaya diri menjual kopinya tidak dengan sistem ijon karena sudah bermitra dengan perusahaan. Setiap kopi dipanen, biji kopi langsung didistribusikan ke perusahaan. Dan petani kopi menjadi lebih sejahtera, karena pembelian biji kopi oleh perusahaan berbeda dengan pembeli lain yakni lebih tinggi. Sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhannya, dan hidupnya menjadi lebih sejahtera.</p> <p>(AM, pengurus komunitas) - Dulu sebelum bekerjasama dengan perusahaan, petani kopi menjualnya tidak secara</p>	<p>membudidayakan kopi dengan benar dulu saya jual kopi murah di pengepul. Adakalanya ketika kebutuhan mendadak saya menjualnya dengan ijon dek. Kadang juga saya hutang dulu pas lunasinnya ketika panen tiba. Jadi hasil yang saya dapat itu sedikit, karena untuk menutup hutang itu. Kemudian ada pak Dafi itu saya mulai bekerjasama dengan beliau. Saya jual</p>		
--	---	--	--	--

	<p>tetap. Ada yang ingin membeli langsung mereka jual tanpa pikir panjang. Ketika butuh untuk kebutuhan sehari-hari mereka dengan mudahnya mengijonkan kopinya, padahal hal tersebut dapat merugikan mereka sendiri loh dek. Ijon itu separuh harga dari harga kopi pada umumnya. Selain itu proses menanam kopi juga sesuai dengan kemampuan mereka, jadi hasilnya kurang maksimal. Tapi setelah diajak bekerjasama dengan perusahaan, mereka diajari banyak hal oleh perusahaan,</p>	<p>kopinya langsung ke beliau, karena beliau tidak menerapkan ijon dan hutangan dek. Isilahnya ada barang ada uang. Jadi saya terus-terusa berhubungan dengan beliau. Beliau orangnya baik dek mau ngajari saya agar menghasilkan kopi yang berkualitas. Saya di dampingi dalam melakukan proses memelihara kopi sampai di distribusikan ke perusahaan dek</p>		
--	--	--	--	--

	<p>mengenai hal-hal yang ada di bagian hulu seperti membudidayakan kopi dengan benar.</p> <p>(HD, pengurus komunitas KOPIJO)</p> <p><i>- Yo lumayan lah mbak. Wong miyen sek masa-masa kopi didol murah. Pas ono mas Dafi hargae duwur. Petani kopi biyen nandur kopi, melihara kopi, manen kopi yo asal-asalan mbak, seng penting oleh duwit masio olehe saitik. Sopo ae seng pe tuku yo di dol ae wes ambe wong-wong iku, pas wayah butuh duwek durung wayahe panen yo ngutang</i></p>			
--	---	--	--	--

disek neng wong lain, yo ngunu iku wes pokok.e. dampake yo kebutuhane kurang-kurang mbak jenenge gali lubang tutup lubang, kopine yo murah dol.ane. mbiyen yo ga sejahtera. Tapi lek saiki yo lumayan, anak-anake yo sekolahe duwur saiki, pokoke sejahtera wes (ya sudah lumayan mbak. Dulu harga kopinya murah, setelah ada mas Dafi baru mahal. Petani kopi dulu ketika memelihara kopi dengan asal-asalan mbak, yang penting dapat uang meskipun dengan jumlah yang sedikit. Siapa saja yang



	<p>ingin membeli ya dijual saja. Ketika butuh uang juga pas belum waktunya panen, mereka pinjam duwit, dan hasil panen nantinya buat melunasi hutangnya iyu. Ya seperti itulah kira-kira yang dampaknya mereka sendiri yang merasakan. Kehidupan pas-pasan dan banyak hutang. Berbeda dengan sekarang. Sekarang sudah lumayan. Bisa dikatakan sudah sejahtera, kebutuhan terpenuhi dan bisa menyekolahkan anaknya sampai ke perguruan tinggi. (HP, anggota komunitas) -Pengaruhnya besar sekali.</p>			
--	---	--	--	--

Kalau tidak ada beliau gatau saya gimana sudah dek. Dulu masa-masa kopi itu debeli murah sekali sama pengepul. Kan yang jual kopi itu banyak, pengepul biasa lah dek menjualnya dengan harga yang relatif murah. Kalau mau dijual ya silahkan, kalau tidak ya terserah. Kita petani kopi kan juga butuh uang untuk memenuhi kebutuhan, jadi mau tidak mau ya di jual saja ke pengepul itu dek. Dulu murah perkilonya Rp5000 kalau tidak salah. Sekarang sudah mencapai 40ribuan. Apalagi kan ada dua jenis kopi disini robusta dan

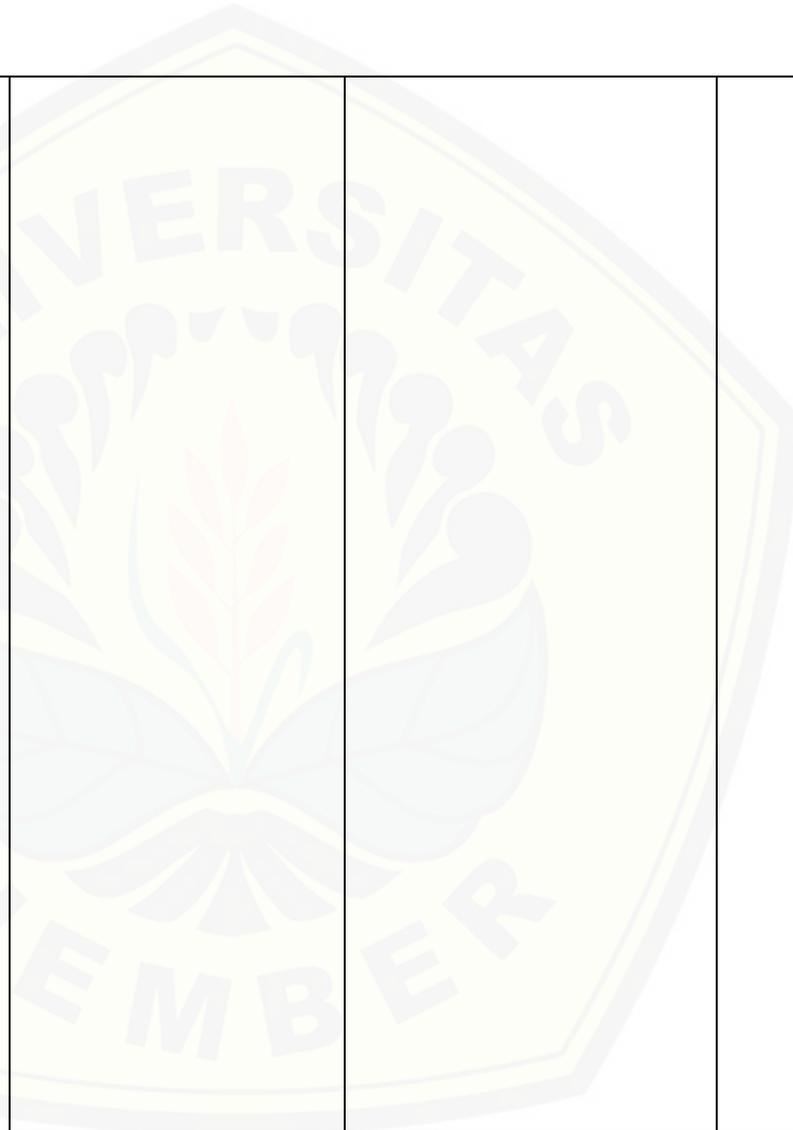
	<p>arabica. Robusta dan arabica ini harga berbeda. Lebih mahal arabica dek. Robusta 35ribuan dan arabica 45ribuan. Saya itu merasa senang pas ada mas Dafi dek, harga kopinya itu beda sama yang lain, pasti lebih besar. Saya untuk mengecewakan pak Dafi itu susah dek. Dulu saya asal jual saja itu biji kopi, kalau ke mas dafi bagaimana mau asal jual, wong saya dikasi arahan dari awal proses memelihara kopi dek, bahkan saat ini saya diajak untuk melihat-lihat proses roasting dan disuruh ke kedainya dek untuk</p>			
--	--	--	--	--

	<p>menikmati kopinya dan dikasi tau cara menyediakan kopi dengan kenikmatan yang luar biasa dengan proses barista itu dek. Dulu itu saya belum bekerja sebagai penjaga perkebunan, ngerawat kopi itu sudah dek. Hasil yang didapatkan belum bisa memenuhi kebutuhan saya sehari-hari dek. Setelah mengenal mas Dafi, aya berusaha sesuai arahan beliau menghasilkan biji kopi dengan kualitas yang baik. Ketika proses setelah panen kan dijemur. Jemur itu juga tidak sembrono dek, harus bener-bener pas dan ada</p>			
--	--	--	--	--

	<p>waktunya, itulah salah satu arahan pak dafi. Sampai pada pemilihan biji kopi, juga benar-bener dipilih mana yang bagus dan mana yang jelek. Kemudian didistribusikan ke pak dafi. Pokoknya dampaknya besar sekali dek ke kehidupan saya dan keluarga saya. Dulu saya sekolah masih sampai SMP. Sekarang alhamdulillah saya bisa menyekolahkan anak saya di perguruan tinggi negeri. Anak saya yang kuliah itu duduk disemester 4 sekarang.</p> <p>(pak Slamet petani kopi) <i>- Lumayan la dek, bilen kok</i></p>			
--	---	--	--	--

*juel kopi ngode ka pengepol
sebelumnah bedeh pak dafi.
Guleh gih juel ijon pas
kebutuhan bedeh se
mendadak, pas pole guleh
otang, mangken munlah
panen gule nyaor otangnah
guleh jiruyeh dek. Pas bedeh
pak Dafi gi alhamdulillah.
Gule ngorangi ka otang bik
ijon agih biji kopi. Bilen
lemaebuh kuleh juel kopi,
mon juel reggeh tenggih gih
tadek se melleyah. Tapeh pas
bedeh pak dafi kuleh terroh
teros-terosan juel ka pak dafi
dek. Kule neka nyaman, biji
kopi e meleh reggenah
tenggih, gik oleh wawasan*

*derih pak Dafi. Derrih proses
namen sampek panen kuleh e
berik tao caranah dek,
dekremah ngaselagih biji
kopi se mantap.*
(Lumayam dek, dulu saya
jual kopi murah di pengepul.
Adakalanya ketika kebutuhan
mendadak saya menjualnya
dengan ijon dek. Kadang juga
saya hutang dulu pasa
lunasinnya ketika panen tiba.
Jadi hasil yang saya dapat itu
sedikit, karena untuk
menutup hutang itu.
Kemudian ada pak Dafi itu
saya mulai bekerjasama
dengan beliau. Saya jual
kopinya langsung ke beliau,



	<p>karena beliau tidak menerapkan ijon dan hutangan dek. Isilahnya ada barang ada uang. Jadi saya terus-terusa berhubungan dengan beliau. Beliau orangnya baik dek mau engajari saya agar menghasilkan kopi yang berkualitas. Saya di damping dalam melakukan proses memelihara kopi sampai di distribusikan ke perusahaan dek).</p> <p>(Petani kopi Bapak Muhammad).</p>			
--	--	--	--	--

LAMPIRAN E

Surat Ijin Penelitian Dari Lembaga Universitas Jember

	KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS JEMBER LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Jl. Kalimantan 37 Jember, Telp (0331) 337818, 339385 Fax (0331) 337818 Email : penelitian.lp2m@unej.ac.id - pengabdian.lp2m@unej.ac.id	
Nomor	: 3078/UN25.3.1/LT/2018	6 Agustus 2018
Perihal	: Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian	
Yth. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Jember Di Jember		
Memperhatikan surat dari Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember nomor 2805/UN25.1.2/LT/2018 tanggal 1 Agustus 2018 perihal Ijin Penelitian mahasiswa,		
Nama	: Nurul Istiqomah	
NIM	: 140910301041	
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	
Jurusan	: Ilmu Kesejahteraan Sosial	
Alamat	: Jl. M. Serudji RT/RW 01/08, Panti-Jember	
Judul Penelitian	: "Strategi Berbasis Hulu-Hilir Perusahaan Zhibond Coffee dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Kopi di Perkebunan Kopi Rakyat Dusun Durjo Desa Karangpring Sukorambi Jember"	
Lokasi Penelitian	: Dusun Durjo Desa Karangpring Sukorambi Kabupaten Jember	
Lama Penelitian	: 3 Bulan (8 Agustus-30 November 2018)	
maka kami mohon dengan hormat bantuan Saudara untuk memberikan ijin kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan penelitian sesuai dengan judul tersebut diatas.		
Demikian atas perhatian dan perkenannya disampaikan terima kasih.		
		 Dr. Susanto, M.Pd. NIP. 196306161988021001
Tembusan Yth		
1. Dekan FISIP Universitas Jember;		
2. Mahasiswa ybs; ✓		
3. Arsip.		
 CERTIFICATE NO : GMS/173		

LAMPIRAN F

Surat Ijin Penelitian Dari Badan Kesatuan Dan Politik Jember

 **PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN JEMBER**
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jalan Letjen S Parman No. 89 ■ 337853 Jember

Kepada
Yth. Sdr. Camat Sukorambi Kab. Jember
di - **JEMBER**

SURAT REKOMENDASI
Nomor : 072/2016/415/2018

Tentang
PENELITIAN

Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi penelitian sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011;
2. Peraturan Bupati Jember No. 46 Tahun 2014 tentang Pedoman Penerbitan Surat Rekomendasi Penelitian Kabupaten Jember

Memperhatikan : Surat Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Jember tanggal 06 Agustus 2018 Nomor : 3078/UN25.3.1/LT/2018 perihal Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian

MEREKOMENDASIKAN

Nama / NIM. : Nurul Istiqomah / 140910301041
Instansi : FISIP Universitas Jember
Alamat : Jl. M. Serudji RT/RW 01/08, Panti, Jember
Keperluan : Melaksanakan Penelitian dengan judul : *"Strategi Berbasis Hulu-Hilir Perusahaan Zhibond Coffee dalam meningkatkan Kesejahteraan Petani Kopi di Perkebunan Kopi Rakyat Dusun Durjo Desa Karangpring Sukorambi Jember"*
Lokasi : Kantor Desa Karangpring Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember
Waktu Kegiatan : Agustus s/d Nopember 2018

Apabila tidak bertentangan dengan kewenangan dan ketentuan yang berlaku, diharapkan Saudara memberi bantuan tempat dan atau data seperlunya untuk kegiatan dimaksud

1. Kegiatan dimaksud benar-benar untuk kepentingan Pendidikan
2. Tidak dibenarkan melakukan aktivitas politik
3. Apabila situasi dan kondisi wilayah tidak memungkinkan akan dilakukan penghentian kegiatan.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Ditetapkan di : Jember
Tanggal : 13-08-2018
An. KEPALA BAKESBANG DAN POLITIK
KABUPATEN JEMBER
Kabid. Kajian Strategi dan Politik


ACHMAD DWI W. S. Sos
Kabid. Kajian Strategi dan Politik
NIP. 19690012199602 1001

Tembusan :
Yth. Sdr. : 1. Ketua LP2M Universitas Jember;
2. Yang Bersangkutan.

LAMPIRAN G

Surat Ijin Penelitian desa Karangpring Sukorambi



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
KECAMATAN SUKORAMBI

DESA KARANGPRING

SURAT KETERANGAN

Nomor: 470/35.09.15.04/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : RITA TRI WIDARIATI

Jabatan : Kepala Desa Karangpring

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

1. Nama : NURUL ISTIQOMAH
2. NIM : 140910301041
3. Jenis kelamin : Perempuan
4. TTL : Jember, 28 November 1995
5. Status perkawinan : Belum Kawin
6. Pekerjaan : Mahasiswa
7. Alamat : Jl. M. Sruji Rt. 01/08

Desa Panti
Kecamatan Panti
Kabupaten Jember.

Yang bersangkutan akan mengadakan penelitian Kopi Rakyat di Perkebunan Kopi Rakyat di Dsn. Durjo Desa Karangpring Kec. Sukorambi Kab. Jember.

Yang bersangkutan akan mengadakan penelitian mulai Bulan Agustus S/D Bulan November 2018.

Demikian surat keterangan ini untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Karangpring, 16 Agustus 2018

Kepala Desa Karangpring

RITA TRI WIDARIATI

LAMPIRAN H

Surat ijin selesai penelitian desa Karangpring Sukorambi



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
KECAMATAN SUKORAMBI

DESA KARANGPRING

SURAT KETERANGAN

Nomor: 470/152/35.09.15.04/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : RITA TRI WIDARIATI
Jabatan : Kepala Desa Karangpring

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

1. Nama : NURUL ISTIQOMAH
2. NIM : 140910301041
3. Jenis kelamin : Perempuan
4. TTL : Jember, 20 November 1995
5. Status perkawinan : Belum Kawin
6. Pekerjaan : Mahasiswa
7. Alamat : Jl.M.Sruji Rt.01/08

Desa Panti
Kecamatan Panti
Kabupaten Jember.

Yang bersangkutan Telah Selesai Melakukan Penelitian Kopi Rakyat Di Perkebunan Kopi Rakyat di Dusun Durjo Desa Karangpring Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember yang selalu berkelakuan baik.

Demikian surat keterangan ini untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Karangpring, 25 Oktober 2018
Kepala Desa Karangpring


RITA TRI WIDARIATI