

Strategi Penguatan Modal Sosial dalam Pengembangan Pemasaran Kopi di Kelurahan Bontolerung Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa



Asriandi

G021181362

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**



**STRATEGI PENGUATAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN
PEMASARAN KOPI DI KELURAHAN BONTOLERUNG KECAMATAN
TINGGIMONCONG KABUPATEN GOWA**



**OLEH :
ASRIANDI
G021181362**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
ARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

**STRATEGI PENGUATAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN
PEMASARAN KOPI DI KELURAHAN BONTOLERUNG KECAMATAN
TINGGIMONCONG KABUPATEN GOWA**

ASRIANDI
G021181362

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Agribisnis

pada



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
ARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

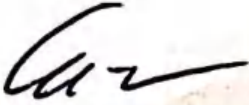
SKRIPSI**STRATEGI PENGUATAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN
PEMASARAN KOPI DI KELURAHAN BONTOLERUNG KECAMATAN
TINGGIMONCONG KABUPATEN GOWA**

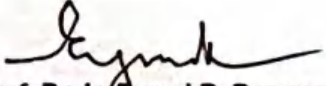
Asriandi
G021181362

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Program Studi
Agribisnis pada 24 April 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat
kelulusan
pada

Program Studi Agribisnis
Departmen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan :


Prof. Dr. Ir. Darmawan Salman, M.S.
NIP. 19630606 198803 1 004


Prof. Dr. Ir. Eymal B. Demmallino, M.Si.
NIP. 19640815 199002 1 001



Optimized using
trial version
www.balesio.com

Diketahui oleh:

Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P. M.Si.
NIP. 19721107 199702 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul **“Strategi Penguatan Modal Sosial Dalam Pengembangan Pemasaran Kopi di Kelurahan Bontolerung Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa”** adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing (**Prof. Dr. Ir. Darmawan Salman, M.S.** sebagai pembimbing utama dan **Prof. Dr. Ir. Eymal B. Demmallino, M.Si.** sebagai pembimbing pendamping). Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka skripsi ini. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan peraturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 27-April-2024



Asriandi
G021181362



Optimized using
trial version
www.balesio.com

UCAPAN TERIMA KASIH

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuhi

Alhamdulillah, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala daya dan upaya yang masih disematkan dalam diri penulis, sehingga tulisan dengan judul **“Strategi Penguatan Modal Sosial Petani Kopi Dalam Pengembangan Pemasaran Kopi Di Kelurahan Bontolerung”** dapat terselesaikan dan disajikan dalam bentuk skripsi.

Dengan segala keterbatasan penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dan berdampak tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak dengan bentuk yang sangat beragam. Pada kesempatan dan momentum ini dengan segenap jiwa dan raga, penulis memohon maaf sekaligus berterimakasih sebesar-besarnya kepada ibunda **Timang** dan Ayahanda **Basri Haji**, yang tiada henti dengan segala bentuk usaha, dukungan, tetesan keringat hingga tetesan air mata dikururkan untuk memastikan anak tunggalnya bisa sampai di titik ini. Skripsi ini mungkin tak sebanding dengan pengorbanan yang diberikan, tapi semoga dengan adanya skripsi ini bisa membuktikan bahwa penulis bisa menyelesaikan tahapan ini dengan berbagai rintangannya. Kepada segenap keluarga besar yang senantiasa memberikan support, kepercayaan dan kebanggaannya kepada penulis, semoga tulisan ini bisa menjadi spirit bersama untuk membangun nama besar keluarga.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, saya akan menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat.

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Darmawan Salman, M.S.** Selaku dosen pembimbing utama. Terima kasih banyak Prof, karena telah menuntun penulis dari awal hingga penelitian ini bisa terselesaikan dengan baik. Ditengah kesibukan dan kondisi kesehatan yang sangat dinamis, masih dapat meluangkan waktu untuk mengoreksi secara detail setiap draft yang penulis asistensikan. Terima kasih banyak Prof, karena sudah mau memahami dan memaklumi kondisi penulis yang terbilang lambat dalam menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih banyak, untuk setiap saran, masukan dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis sesi bimbingan berlangsung.



- f. Dr. Ir. Eymal B. Demmallino, M.Si. Selaku dosen pendamping. Terima kasih banyak Prof, karena telah meluangkan waktu untuk penulis dalam rangka menyempurnakan hasil penelitian ini. Terima kasih Prof karena senantiasa memberikan dukungan dan bimbingan tanpa mengabaikan keperluan penulis berkenaan dengan

penelitian ini. Terima kasih banyak Prof atas segala kritik dan saran membangun yang telah diberikan kepada penulis.

3. Ibu **Prof. Dr. Ir. Sitti Bulkis, M.S.** Selaku dosen penguji, terima kasih prof karena telah membantu penulis dalam menyelaraskan antara apa yang ingin dicapai dalam penelitian ini dengan apa yang harus dilakukan penulis. Terima kasih banyak Prof motivasi dan wejangannya, semoga apa yang disampaikan kepada penulis mampu terealisasi kedepannya sehingga penulis mampu memberikan dampak positif yang lebih banyak terhadap masyarakat sekitar.
4. Ibu **Dr. Ir. Heliawaty, M.Si.** Selaku dosen penguji, terima kasih Ibu karena telah memberikan kritik dan saran serta gambaran, mengenai apa yang mestinya penulis lakukan. Saran dan masukan yang diberikan telah menambah wawasan dan membuka pikiran penulis lebih luas lagi dalam melihat suatu persoalan.
5. Bapak **Achmad Amiruddin, M.Si** dan **Farrel Prayoga Ardiansyah, S.P.** Selaku panitia ujian yang senantiasa meluangkan waktu dalam mempersiapkan dan melaksanakan ujian maupun seminar proposal penulis. Terima kasih karena senantiasa membantu penulis dalam melengkapi berkas-berkas yang dibutuhkan.
6. Ibu **Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.**, dan bapak **Ir. Rusli M. Rukka, M.Si.**, selaku Ketua Departemen dan Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah banyak memberikan pengetahuan, mengayomi, dan memberikan teladan selama penulis menempuh pendidikan.
7. **Bapak dan ibu dosen**, khususnya Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, yang telah mengajarkan banyak ilmu dan memberikan dukungan serta teladan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan.
8. Seluruh staf dan pegawai Departemen Sosial Ekonomi Pertanian terkhusus **Pak Rusli, Kak Ima, dan Kak Ayu** yang telah membantu penulis dalam proses administrasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.
9. Saudari **Eva Nurhasanah**, selaku partner yang tidak hanya kebersamaan tapi sangat banyak membantu penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir ini. Terima kasih sudah hadir dan bertahan sejauh ini semoga apa yang kita usahakan bisa berlabu pada dermaga



besar Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian **UNHAS**. Terima kasih telah membentuk penulis menjadi orang yang berjiwa besar, berwawasan, dan bertanggungjawab. Proses yang begitu panjang, penulis menyadari bahwa penulis memiliki peran yang sangat penting dalam diri penulis untuk

sampai pada titik ini. Pembelajaran kedewasaan, integritas, dinamika dalam berkelompok, dan keberanian dalam mengambil peran, akan menjadi pengalaman yang sangat berharga bagi penulis.

11. Keluarga besar Perhimpunan Organisasi Profesi Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian Indonesia (**POPMASEPI**). Terima kasih telah kebersamai penulis dalam menyelesaikan tanggungjawab sebagai Ketua Umum Dewan Pengurus Pusat (DPP POPMASEPI). Sebuah lembaga yang mengantarkan penulis menggapai mimpi keliling Indonesia dengan segenap keterbatasannya. Sebuah lembaga yang mengajarkan penulis tentang memperluas cakrawala pandang, mempertinggi objektivitas dan menghilangkan rasa kebangsaan yang sempit.
12. Keluarga besar **Kristal 18**, yang senantiasa mengajarkan kebersamaan, kepedulian dan kedewasaan. Semoga kita semua terus melaju sampai pada puncak-puncak kejayaan kita masing-masing. Terima kasih karena telah kebersamai penulis
13. Keluarga besar **Mi-Sekte**, Terima kasih telah terbentuk dan bertahan sampai hari ini. Sebuah lingkungan yang mengajarkan kedewasaan, kerja keras dan kebersamaan. Terima kasih sudah kebersamai penulis dalam mewarnai perjalanan perkualiahan yang cukup panjang ini. Selaku member terakhir, penulis memohon maaf kepada seluruh member, (**Mr. Andika, Gazali, Dzul, Ical, Arman, Veryl, Risaldi, Adri, Gilbert, Plus Mrs. Eva dan Indah**) atas segala kesalahan dan kekurangan selama ini.
14. Keluarga besar **Gerakan DOLAN**. Terima kasih karena sudah memberikan pengalaman berbagi kepada sesama secara konsisten tanpa pamrih. Tidak hanya berbagi, tapi juga memberikan pengalaman dalam upaya menjaga budaya literasi kepada masyarakat.
15. Partner **Daeng Indomie, Adri dan Ical** yang telah memberikan pengalaman merintis suatu bisnis. Meski belum mampu bertahan sampai hari ini, pengalaman berbisnis ini akan menjadai pembelajaran yang sangat berharga kedepannya. Faktor-faktor kegagalan hari ini akan meminimalisir kegagalan pada bisnis-bisnis berikutnya.
16. Partner **Es Teler Gowa dan Terasta**, yang juga memberikan pengalaman berbisnis bersama orang-orang dengan karakter yang beragam. Terima kasih karena telah kebersamai sampai an telah mampu berbuat.
17. Keluarga besar **Desa Nirannuang**, yang senantiasa memberikan ruang untuk terus berproses dan mengabdikan. Terima kasih karena berikan kepercayaan kepada penulis untuk terlibat secara



aktif dalam membantu kegiatan-kegiatan kepemudaan, maupun kegiatan pemberdayaan di desa.

18. Kepada **seluruh informan** yang telah mendedikasikan waktu dan pikirannya untuk membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan. Terima kasih atas segala ketulusannya menerima dan menjamu penulis dengan sangat luar biasa.



ABSTRAK

Kopi merupakan komoditi perkebunan yang menjadi salah satu primadona ekspor Indonesia di sektor pertanian. Badan Pusat Statistik, mencatat volume ekspor kopi mencapai 379,35 ribu ton pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam kondisi modal sosial. Kemudian merumuskan strategi penguatan terhadap unsur modal sosial yang lemah dalam pengembangan pemasaran kopi di Kelurahan Bontolerung. Menggunakan pendekatan studi kasus, dengan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui proses wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi modal sosial terjalin dengan baik antar sesama petani, petani dengan pemerintah setempat juga petani dengan pengepul. Dan cenderung lemah pada unsur kepercayaan dan *reciprocity* antara petani dengan kelompok tani dan petani dengan penyuluh. Selain itu, nilai kejujuran yang dianut oleh masyarakat juga mulai melemah. Berdasarkan kondisi modal sosial tersebut, selanjutnya dirumuskan strategi penguatan modal sosial yang lemah menggunakan analisis SWOT.

Kata Kunci : Kopi, Modal Sosial, Pemasaran, Strategi.



ABSTRAC

Coffee is a plantation commodity which is one of Indonesia's favorite exports in the agricultural sector. The Central Statistics Agency recorded that the volume of coffee exports reached 379.35 thousand tons in 2020. This research aims to analyze in depth the condition of social capital. Then formulate a strategy to strengthen the weak elements of social capital in developing coffee marketing in Bontolerung Village. Using a case study approach, with qualitative descriptive analysis methods and SWOT analysis. The types of data used are primary data and secondary data collected through in-depth interviews, observation and documentation. The results of the research show that social capital conditions are well established between fellow farmers, farmers and the local government as well as farmers and collectors. And tends to be weak in the elements of trust and reciprocity between farmers and farmer groups and farmers and extension workers. Apart from that, the value of honesty held by society is also starting to weaken. Based on the condition of social capital, a strategy to strengthen weak social capital was then formulated using SWOT analysis.

Keywords: Coffe; Social Capital; Marketing; Strategy.



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas khadirat Allaw SWT, karena atas ridho dan izinnyalah sehingga kami dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai tugas akhir penyelesaian studi kami di Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin. Adapun judul penelitian yaitu, **“Strategi Penguatan Modal Sosial Dalam Pengembangan Pemasaran Kopi di Kelurahan Bontolerung.”** Adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan pengambilan kebijakan dalam mengembangkan pertanian kopi yang ada di Kelurahan Bontolerung maupun pertanian kopi di wilayah lain. Selain itu, penulis berharap penelitian ini mampu memperkaya khasana literatur dalam mengembangkan penelitian di sektor pertanian, sosial dan pemasaran.

Dengan segala keterbatasan kemampuan dari peneliti, skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya atas arahan dosen pembimbing maupun dosen penguji. Meski demikian, kami menyadari bahwa penelitian ini mungkin masih jauh dari kata sempurna. Karena itu kami sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak, guna menyempurnakan hasil penelitian ini. Sehingga apa yang tersaji dalam skripsi ini mampu memberikan manfaat yang seluas-luasnya, Aamiin.

Makassar, April 2024



Penulis,
Asriandi



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	x
ABSTRAC.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kerangka Penelitian	6
BAB II. METODE PENELITIAN	8
2.1 Pendekatan Penelitian.....	8
2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	8
2.3 Teknik Penentuan Informan.....	8
2.4 Jenis dan Sumber Data	9
2.5 Teknik Pengumpulan Data	9
2.6 Teknik Analisis Data.....	10
2.7 Uji Keabsahan Data	14
BAB III. PEMBAHASAN	15
3.1 Lokasi Penelitian	15
3.2 Geografis.....	15
3.3 Penduduk	15



3.2 Pola dan Jaringan Pemasaran Ko pi Di Kelurahan Bontolerung.....	17
3.3 Kondisi Modal Sosial Petani Kopi di Kelurahan Bontolerung.....	20
3.3.1 Kepercayaan (Trust)	20
3.3.2 Hubungan Timbal Balik (<i>Resiprocity</i>)	27
3.3.3 Nilai/Norma yang dianut.....	33
3.4 Analisis SWOT	38
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	43
4.1 Kesimpulan	43
4.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pneduduk Bedasarkan Jenis Kelamin	15
Tabel 2. Jumlah Pneduduk Bedasarkan Kelompok Usia.....	16
Tabel 3. Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	40
Tabel 4. Matriks EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	41
Tabel 5. Matriks SWOT: Penguatan Modal Sosial Untuk Pengembangan Pemasaran Kopi di Kelurahan Bontolerung	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Catatan Hasil Wawancara.....	56
Lampiran 2. Dokumentasi.....	72
Lampiran 3. Pedoman Wawancara.....	74



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi adalah salah satu komoditi perkebunan dengan daya jual yang cukup tinggi dan menjanjikan, seiring meningkatnya tren dalam menikmati kopi sambil berdiskusi, bersantai ataupun bekerja di warung kopi atau *cafe*. Berdasarkan data yang dihimpun TOFIN menunjukkan bahwa pada Agustus 2019 Indonesia memiliki lebih dari 2.950 gerai kopi (Pramelani, 2020). Selain itu, kopi merupakan komoditi perkebunan yang menjadi salah satu primadona ekspor Indonesia disektor pertanian. Tercatat pada tahun 2020, volume ekspor kopi mencapai 379,35 ribu ton dari total produksi 762,38 ribu ton (BPS, 2021)

Potensi kopi di Indonesia juga ditunjang dengan luas perkebunan kopi yang mencapai 1.245.359 hektar dan tersebar hampir diseluruh provinsi, tanpa terkecuali Provinsi Sulawesi Selatan yang perkebunannya tersebar di beberapa kabupaten seperti, Kabupaten Enrekang, Toraja dan Gowa serta beberapa kabupaten lainnya. Kabupaten Gowa menjadi salah satu produsen kopi utama Sulawesi Selatan dengan luas perkebunan mencapai 2.653 hektar yang tersebar di kecamatan Tinggimoncong, Tombolo Pao, Bontolempangan, Bungaya, dan Parangloe (Badan Pusat Statistik, 2021). Kecamatan Tinggimoncong merupakan produsen kopi terbesar di Kabupaten Gowa yang ditunjang oleh perkebunan kopi ditingkat desa dan kelurahan. Kelurahan Bontolerung menjadi produsen kopi utama di Kecamatan Tinggimoncong yang luas perkebunannya mencapai 184,8 hektar dengan produksi kopi sebesar 110,89 ton (Dinas Perkebunan Kabupaten Gowa, 2021).

Jenis kopi yang banyak dibudidaya di Desa Bontolerung adalah jenis Kopi Arabika, yang merupakan salah satu primadona ekspor Indonesia ke beberapa negara. Berdasarkan volume ekspor kopi tahun 2020 jenis kopi yang banyak diekspor adalah jenis Kopi Arabika dan Robusta (*Arabica WIB/Robusta OIB, not roasted, not decaffeinated*) dengan kode *Harmony System* (HS) 0901111000 sebesar 373.168 ton dan hampir sebagian besar kopi yang di ekspor merupakan jenis kopi Arabika dan Robusta (Badan Pusat Statistik, 2021).

Petani kopi di Kelurahan Bontolerung dalam menjalankan usaha taninya cenderung bersifat kolektif, karena adanya kesamaan latar belakang, agama, budaya dan tatanan nilai yang dianut sejak lama. Salah satu nilai yang dipegang teguh oleh petani kopi di Desa Bontolerung adalah nilai gotong royong dan keterbukaan. Misalnya pada proses pengolahan lahan yang dikerjakan secara gotong royong, saling bertukar informasi seputar perawatan tanaman kopi dan bertukar informasi seputar harga kopi.



petani bekerjasama dengan pengepul yang secara rutin membeli kopi di Kelurahan Bontolerung. Kerjasama yang sudah terjalin sejak lama, membentuk hubungan yang cukup kuat antara petani dan pengepul, sehingga jangkauan pemasaran kopi bergantung pada pengepul. Tidak hanya itu, Kopi Topidi yang ada di Kelurahan Bontolerung telah banyak diekspor. Namun kebanyakan petani masih memilih untuk menjual kopi mereka langsung kepada pengepul ketimbang diekspor. Lemahnya modal

sosial *stakeholder* terkait seperti, pengelola kelompok tani, penyuluh maupun pemerintah terhadap petani kopi diindikasikan menjadi salah satu faktor kurangnya minat petani untuk beralih dari pola pemasaran konvensional. Sebagaimana hasil penelitian Astiti (2021) mengemukakan bahwa minimnya dukungan pengembangan terhadap kelompok tani disebabkan oleh minimnya wawasan dan kurang efektifnya komunikasi yang dijalin oleh kelompok tani. Munier (2018) juga mengemukakan bahwa modal sosial penyuluh berpengaruh secara parsial maupun secara bersama-sama dalam keberhasilan program penyuluhan.

Namun kebanyakan petani masih lebih memilih untuk menjual kopinya secara langsung kepada pengepul tanpa diolah. Selain karena desakan ekonomi yang mengharuskan petani memperoleh keuntungan lebih cepat, rendahnya tingkat kepercayaan petani terhadap pemerintah dan pengelola kelompok tani menjadi faktor utama petani belum bisa beralih dari pola-pola konvensional. Kurangnya kepercayaan tersebut dipengaruhi oleh tingkat kecurigaan petani cukup tinggi, terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam pengolahan kopi ataupun akses ekspor, karena tahapan-tahapan yang cenderung tertutup. Kondisi tersebut memperlihatkan, lemahnya modal sosial yang terjalin antara petani dengan pemerintah, penyuluh ataupun kelompok tani di Desa Bontolung.

Modal sosial adalah rangkaian interaksi yang terjalin antar individu dengan individu, individu dengan kelompok ataupun kelompok dengan kelompok yang disokong oleh unsur jejaring, norma-norma, dan kepercayaan untuk memperoleh keuntungan bersama secara efektif dan efisien (Cox, 1995). Modal sosial merupakan serangkaian nilai atau norma informal yang memungkinkan terjalinnya kerjasama antar anggota dalam suatu kelompok (Fukuyama, 1995). Modal sosial juga dimaknai kemampuan bekerjasama dalam kelompok ataupun organisasi dalam rangka mencapai tujuan bersama dengan memanfaatkan struktur sosial sebagai sumberdaya (Coleman, 1988). Modal sosial adalah norma dan jaringan yang memungkinkan setiap individu untuk bekerja secara kolektif (Woolcock & Narayan, 2000). (Bhandari & Yasunobu, 2009) mengemukakan bahwa modal sosial berakar pada gagasan bahwa kepercayaan, norma dan jaringan informal serta relasi sosial merupakan sumber daya yang berharga. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga unsur utama penyusun modal sosial.

Tiga unsur utama modal sosial terdiri dari kepercayaan (*trust*), hubungan timbal balik (*reciprocity*), dan jaringan (*networking*). Kepercayaan merupakan suatu keyakinan bahwa dalam anggota kelompok ataupun anggota dari kelompok yang lain akan saling mendukung dan tidak akan merugikan baik dirinya maupun kelompoknya (Putman & Leonardi, 1993). Dengan adanya kepercayaan akan menentukan kemampuan suatu kelompok untuk mengembangkan diri maupun kelompok serta menumbuhkan sikap positif (Fukuyama, 1995). Sedangkan *reciprocity* merupakan keinginan untuk antar kelompok untuk saling bertukar kebaikan yang bersifat timbal balik (Sztremer & Riedmann, 2006). Dan *networking* merupakan hubungan antar individu yang memungkinkan adanya kerjasama secara efisien dan efektif dalam kelompok (Woolcock & Narayan, 2000).

Modal sosial sebagai tatanan nilai dalam kehidupan bermasyarakat kemudian diklasifikasikan menjadi beberapa tipe berdasarkan fungsinya. Menurut (Sztremer &



Woolcock, 2004), modal sosial terdiri dari tiga jenis, meliputi modal sosial sebagai pengikat (*bonding*), modal sosial sebagai penghubung (*bridging*) dan modal sosial sebagai koneksi (*linking*). *Bonding Social Capital* adalah jenis modal sosial didasarkan pada karakteristik yang mengikat unit sosial yang sama secara sosiodemografi dan kondisi sosial ekonomi. *Bridging Social Capital* didasarkan pada karakteristik modal sosial yang memperbaiki unit-unit sosial dengan latar belakang sosiodemografi yang sama tetapi berbeda dalam status sosial ekonomi. *Linking Social Capital* merupakan jenis modal sosial yang menghubungkan unit sosial dengan status sosiodemografi dan sosial ekonomi yang berbeda (Salman et al., 2021)

Modal sosial sebagai salah satu modal penting dalam proses usahatani kopi di Desa Bontolerung, perlu diperkuat secara bersama melalui kelompok tani untuk dapat menunjang sistem pemasaran kopi sampai ke pasar ekspor. Sesuai dengan pernyataan Andriani (2019), untuk dapat bersaing dipasar global harus menggunakan prinsip kolektivitas. Senada dengan itu, Rokhani (2012) menyatakan bahwa realitas sosial menunjukkan pertumbuhan modal sosial yang tumbuh secara bersamaan dengan terbentuknya komunitas atau kelompok. Tumbuhnya modal sosial dalam kelompok tani tersebut diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap jangkauan pasar dan peningkatan pendapatan petani. Sebagaimana hasil penelitian Adriani & Wirjatmadi (2016) menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan petani, tidak cukup hanya dengan perbaikan kondisi ekonomi dan teknis pengelolaan tapi lebih dari itu diperlukan perbaikan modal sosial. Sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mencari tahu secara mendalam terkait modal sosial petani kopi yang ada di Desa Bontolerung dan menemukan strategi penguatan modal sosial. Dengan mengangkat judul penelitian “Strategi Penguatan Modal Sosial Petani Kopi Dalam Pengembangan Sistem Pemasaran Kopi Di Kelurahan Bontolerung.”

Penelitian terkait strategi penguatan modal sosial dalam agribisnis telah banyak dilakukan untuk meningkatkan produktivitas dan pengembangan produk. Rokhani (2012) meneliti terkait penguatan modal sosial dalam penanganan produk olahan kopi pada komunitas petani kopi dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat unsur modal sosial yang masih lemah sehingga perlu strategi penguatan, diantaranya: jaringan transaksi (penjualan), pengolahan produk dalam rangka diversifikasi, pengemasan, kebersamaan serta keterlibatan dalam kampanye atau protes. Adapun beberapa strategi pengembangan diversifikasi produk olahan kopi berbasis pengelolaan modal sosial antara lain: (1) Memanfaatkan modal sosial yang sudah kuat (kerjasama yang sinergis) dalam diversifikasi produk olahan kopi serta memperkuat unsur modal sosial yang masih lemah; (2) Peningkatan kapasitas petani kopi melalui berbagai macam *training* untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian petani dalam pengolahan produk kopi; (3) Memperkuat kelembagaan petani karena sebagian



mengakses teknologi terkait dengan pengolahan kopi secara
1 memanfaatkan kelembagaan yang telah mengakar kuat di
Memperluas jaringan pemasaran guna peningkatan nilai tambah
i kopi.

5) meneliti strategi penguatan modal sosial kelompok tani dalam
uk sayuran. Dari hasil penelitian Wibisono tersebut menunjukkan
I yang ada sudah mulai luntur seperti nilai-nilai luhur, rasa

kepercayaan, dan pemanfaatan jaringan sosial yang masih minim. Strategi penguatan modal sosial dapat dilakukan adalah dengan memperkuat kelompok tani melalui penguatan pemasaran dengan modal sosial (kepercayaan, norma-norma, dan jaringan sosial) yang merupakan kunci dalam penyelesaian aspek-aspek masalah yang dihadapi dalam pengembangan pertanian sayuran.

Sudirah et al. (2020) meneliti hubungan penguatan modal sosial, mitigasi bencana banjir dan peningkatan produksi pertanian. Menunjukkan hasil penelitian bahwa (1) penguatan modal sosial masyarakat petani padi sawah, meliputi : kapasitas masyarakat petani padi sawah yang difasilitasi oleh kepala desa untuk urun rembuk antara petani dengan kelembagaan desa demi mendorong terwujudnya bendungan karet. Dan koordinasi kelembagaan desa bersama masyarakat petani padi sawah. (2) Mitigasi bencana banjir kali perawan. Yaitu : membangun bendungan karet kali perawan dan membangun saluran irigasi dari bendungan karet kali perawan ke persawahan. (3) Peningkatan produksi pertanian padi sawah. Meliputi : penguatan kelembagaan pengairan pertanian padi sawah, intensifikasi pertanian padi sawah dan meningkatkan diversifikasi tanaman palawija.

Andriani (2019) meneliti strategi penguatan modal sosial petani dalam pengembangan produk kopi. Diperoleh hasil bahwa kerjasama atau hubungan sosial (kepercayaan, jaringan, norma adat dan kearifan lokal, toleransi dan kebersamaan serta partisipasi) yang terjalin antar petani kopi dipandang sebagai modal sosial yang kuat. Kemudian digunakan strategi tindakan rasionalitas instrumental untuk mencapai tujuan petani dalam hal ini pengembangan produk kopi berupa peningkatan kualitas kopi, promosi produk dan penyesuaian kebutuhan pasar terhadap produk biji kopi hijau.

Anggraeny & Rohaeni (2020) meneliti strategi penguatan modal sosial dalam membangun lumbung padi nasional berkelanjutan di Kalimantan Selatan. Ditemukan modal sosial yang mulai mengalami degradasi diantaranya: Handipan (Gotong royong) dan perkumpulan masyarakat berupa selamatan sebelum panen. Penerapan teknologi yang tinggi tidak dapat diadopsi dengan optimal oleh petani apabila tidak dikuatkan dengan pengetahuan, keterampilan, dan modal sosial dalam menjalankan usahatani rawa pasang surut yang berkelanjutan. Strategi yang diperlukan dalam penguatan modal sosial yaitu dengan cara meningkatkan partisipasi Poktan dan KWT beserta anggotanya dalam melaksanakan kegiatan, meningkatkan peran perkumpulan masyarakat seperti yasinan, arisan, selamatan sebelum panen, melestarikan sistem handipan dalam mengelola usahatani, dan dibentuknya kelembagaan Perkumpulan Petani Pemakai Air (P3A). Peran pemerintah terus diperlukan untuk mendampingi petani dalam mempertahankan usahatani padat teknologi agar produksi padi meningkat, modal sosial yang menunjang usahatani menjadi lestari yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani.



g dilakukan oleh Sulaiman et al. (2019) mengenai strategi modal sosial perempuan tani dalam pemanfaatan lahan pekarangan di Bogor. Dengan hasil penelitian menunjukkan modal sosial, tani cenderung terbatas pada instansi pemerintah. Kepercayaan tani cenderung kepada anggota keluarga. Nilai-nilai dalam kehidupan yang awalnya hanya bernilai estetika telah bergeser ke arah berbagai jenis komoditas sebagai sumber pangan dan gizi

keluarga. Adapun strategi penguatan modal sosial yang dihadirkan antara lain: (1) mengatur pola pendampingan rutin dan terjadwal; (2) meningkatkan kompetensi perempuan tani melalui pelatihan manajerial kelompok, teknis budidaya, kewirausahaan, pemasaran, dan pengolahan hasil pertanian; (3) melibatkan peran tokoh masyarakat dan keluarga dalam pengelolaan KRPL; (4) meningkatkan kompetensi dan peran pendamping; terakhir (5) meningkatkan interaksi di antara anggota kelompok dan antar kelompok KRPL.

Dari beberapa penelitian tersebut belum ada yang meneliti secara khusus terkait strategi penguatan modal sosial dibagian pemasaran produk pertanian, sehingga penelitian ini diangkat untuk mengkaji strategi penguatan modal sosial dalam aspek pemasaran produk pertanian khususnya kopi.

1.2 Perumusan Masalah

Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang menjadi primadona ekspor Indonesia. Selain itu, konsumsi kopi tanah air sendiri mengalami peningkatan yang cukup pesat, seiring berkembangnya industri olahan kopi tanah air. Namun, realitanya masih terdapat petani kopi yang tidak memperoleh dampak positif secara signifikan dari kondisi tersebut. Sedangkan petani (perkebunan rakyat) merupakan produsen kopi utama. Seperti, petani kopi di Desa Bontolerung yang masih mengeluhkan terkait minimnya pendapatan karena harga kopi yang murah. Salah satu penyebabnya karena keterbatasan petani untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga hasil panen akan dijual ke pengepul dengan harga yang sangat rendah.

Keterbatasan jangkauan pasar petani dipengaruhi oleh rendahnya daya serap terhadap sistem atau pola pemasaran yang berkembang. Di sisi lain, upaya penyuluhan terus dilakukan baik melalui penyuluh ataupun kelompok tani dalam memberikan edukasi petani agar memaksimalkan proses pemasaran yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Tapi, rendahnya tingkat kepercayaan petani terhadap pemerintah menjadi salah satu faktor penghambat dalam memberikan penyuluhan. Rantai distribusi yang cukup panjang dan prosedur yang sedikit rumit menjadi indikasi rendahnya kepercayaan petani terhadap tawaran sistem pemasaran oleh pemerintah karena keuntungan tidak secara langsung bisa diperoleh dan tahapan-tahapan yang cenderung tertutup, sehingga menimbulkan kecurigaan petani terhadap pemerintah ataupun pengelola kelompok tani. Dari kondisi tersebut dapat disimpulkan bahwa modal sosial yang terjalin antara petani dengan pemerintah dan kelompok tani tidak cukup kuat. Sedangkan untuk mengatasi permasalahan yang ada di Desa Bontolerung, diperlukan modal sosial yang kuat dari berbagai pihak.

Berdasarkan uraian masalah yang telah dipaparkan di atas, maka muncullah pertanyaan dari peneliti, sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi modal sosial petani kopi terhadap aktor-aktor yang am proses pemasaran kopi di Desa Bontolerung?
1 strategi untuk menguatkan modal sosial petani yang masih



1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan analisis masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam kondisi modal sosial, dalam hal ini unsur modal sosial yang masih kuat dan unsur modal sosial yang mulai tergerus atau lemah, kemudian merumuskan strategi penguatan untuk unsur modal sosial yang lemah dalam pengembangan pemasaran kopi di Desa Bontolerung Kecamatan Tinggimoncong, Kabupaten Gowa.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi positif dalam strategi pengembangan konsep modal sosial khususnya pada sektor usahatani kopi. Sebagai bahan untuk memperkaya khasanah referensi terkait modal sosial di lingkungan petani. Dan sebagai acuan dalam pengambilan kebijakan diarahkan pengembangan perkebunan kopi oleh pemerintah Desa Bontolerung sampai pada tingkatan pemerintahan yang lebih tinggi.

1.4 Kerangka Penelitian

Pertanian kopi sebagai suatu sistem usahatani memerlukan pengelolaan yang kompleks, mulai dari sub-sistem hulu sampai hilir mencakup pengolahan pasca panen dan pemasaran. Pada setiap sub-sistem memerlukan peranan modal, tidak hanya modal ekonomi dan manusia tapi juga modal sosial. Modal sosial merupakan modal yang secara kasat mata tidak terlihat tapi secara substansial memiliki peran yang sangat penting, yaitu dalam proses interaksi sosial yang berlangsung di masyarakat baik individu terhadap individu, individu terhadap kelompok, maupun antar kelompok. Unsur modal sosial terdiri dari jaringan, norma sosial dan kepercayaan.

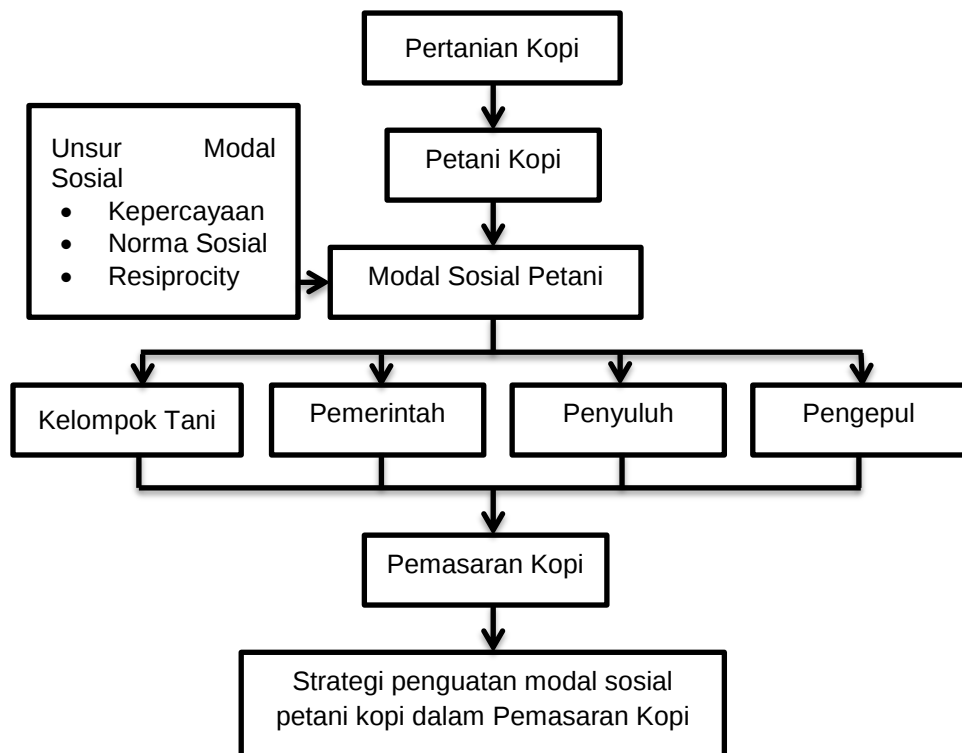
Sesama petani dalam menjalankan usahatannya. Kerjasama antar petani kopi timbul karena adanya rasa saling percaya dan keselarasan norma dalam kehidupan masyarakat. Modal sosial petani kopi tidak hanya pada lingkungan atau sesama petani tapi juga melibatkan pihak lain seperti pedagang/pengepul, pemerintah, penyuluh, dan kelompok tani. Keterlibatan pedagang/pengepul, pemerintah, penyuluh, dan kelompok tani dalam modal sosial petani kopi dapat memperluas jaringan kerjasama di setiap sub-sistem. Misalnya dibagian pemasaran kopi, jaringan pasar sangat menentukan besar kecilnya pendapatan petani. Tidak hanya jaringan, tapi juga kepercayaan dan norma sosial yang terjalin dengan semua pihak dapat membantu petani dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Namun pemasaran kopi yang dilakukan oleh petani di Desa Bontolerung belum memanfaatkan modal sosial dengan maksimal. Hal itu dapat dilihat melalui jaringan pasar yang sangat terbatas dan masih bergantung pada pengepul, karena rendahnya tingkat kepercayaan petani terhadap pemerintah dan pengelola kelompok tani. Terlebih lagi adanya indikasi kecurigaan petani terhadap pengelola kelompok tani sehingga menghambat jaringan pasar terbuka lebih luas melalui jalur kelompok tani. Kecurigaan menghambat proses atau jaringan pasar yang cenderung tertutup yang berakibat tidak sesuai dengan norma-norma sosial masyarakat, berkenaan dengan keadilan dan kejujuran.

Modal sosial yang terjalin antara petani terhadap stakeholder lain menjadi fokus dalam penelitian ini, untuk mengkaji lebih dalam terkait unsur yang masih berpengaruh kuat dan unsur modal sosial yang



lemah dalam lingkungan masyarakat petani kopi. Pengkajian tersebut dilakukan melalui proses wawancara mendalam kepada masing-masing pihak mulai dari petani, penyuluh, pengelola kelompok tani, dan pengepul. Dari hasil wawancara tersebut kemudian akan dirumuskan strategi penguatan modal sosial yang masih lemah guna memperluas jaringan pemasaran kopi yang ada di Desa Bontolerung. Lebih jelasnya, struktur kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

