

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pabrik Kopi Sejati muncul sebagai salah satu simpul penting dalam ekosistem hilirisasi kopi di Kota Makassar. Aktivitas produksi yang berlangsung stabil menunjukkan bahwa pabrik ini mampu mempertahankan kualitas, menjaga suplai bahan baku, dan memenuhi permintaan pasar secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menjadi menarik untuk diteliti karena keberhasilan pengolahan kopi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis mesin dan keterampilan tenaga kerja, tetapi juga ditopang oleh relasi sosial yang kuat dan terpelihara (Karim et al., 2019). Setiap proses mulai dari penerimaan bahan baku, sortasi, pengolahan, hingga distribusi produk akhir selalu melibatkan interaksi intens antara berbagai aktor yang memiliki kepentingan berbeda. Keadaan ini mencerminkan bahwa pabrik bukan hanya ruang produksi, melainkan arena tempat hubungan sosial berperan langsung dalam menentukan kelancaran dan keberlanjutan hilirisasi.

Ketergantungan pabrik pada relasi sosial menciptakan pola kerja yang khas, terutama dalam konteks pengelolaan bahan baku yang seringkali berlangsung tanpa kontrak formal. Pemasok mengirimkan biji kopi berdasarkan kepercayaan, pekerja menjaga ritme produksi karena komitmen personal kepada pemilik pabrik, dan pelanggan tetap membeli produk karena merasa dekat secara emosional maupun historis. Pola ini memberi keuntungan berupa fleksibilitas dan biaya transaksi yang lebih rendah, tetapi sekaligus menghadirkan potensi masalah ketika dinamika hubungan berubah. Gangguan kecil dalam relasi dapat memicu keterlambatan suplai, menurunkan mutu produksi, atau menghambat proses distribusi. Situasi tersebut menunjukkan bahwa struktur sosial di sekitar pabrik memiliki peran strategis yang selama ini belum diungkap secara komprehensif melalui studi akademis.

Koordinasi antaraktor menjadi salah satu aspek paling krusial dalam keberhasilan hilirisasi kopi (Suryana et al., 2023). Arus informasi yang harus mengalir cepat mengenai ketersediaan bahan baku, kondisi mutu biji kopi, jadwal pengolahan, dan kebutuhan pasar menuntut jaringan komunikasi yang efisien. Keterlambatan komunikasi seringkali bukan disebabkan oleh teknologi yang tidak memadai, tetapi karena hubungan yang renggang, frekuensi interaksi yang rendah, atau adanya jarak sosial antar pelaku. Pemilik pabrik dapat mengalami kesulitan mengambil keputusan produksi bila informasi dari pemasok datang terlambat, sementara pekerja dapat salah menafsirkan instruksi apabila interaksi dengan manajemen tidak berlangsung intens. Fenomena ini menegaskan bahwa kekuatan hubungan sosial memengaruhi efektivitas koordinasi dan aliran informasi, yang pada akhirnya berpengaruh langsung terhadap kualitas dan kontinuitas output pabrik (Talbi et al., 2024).

Kegiatan hilirisasi kopi dalam konteks Pabrik Kopi Sejati sangat bergantung pada jaringan sosial yang menopang hubungan dengan pemasok, pekerja, pelanggan, dan lembaga pendukung. Ketika jaringan sosial ini tidak berjalan optimal, berbagai gangguan dapat muncul dan memengaruhi stabilitas produksi serta kinerja usaha. Ketidakstabilan pasokan bahan baku cepat terjadi apabila hubungan dengan pengepul melemah, karena pasokan kopi dari petani sangat ditentukan oleh kepercayaan dan kontinuitas relasi. Selain itu, arus informasi teknis dan informasi pasar menjadi terhambat apabila interaksi informal yang selama ini memfasilitasi komunikasi operasional mengalami penurunan, sehingga keputusan terkait kualitas, harga, dan kebutuhan produksi tidak lagi responsif.

Fluktuasi permintaan pelanggan juga semakin sulit dikendalikan ketika loyalitas pelanggan tidak dijaga melalui kedekatan relasional, khususnya jaringan warung kopi yang menjadi segmen paling stabil. Lebih jauh, berkurangnya hubungan dengan pemerintah dapat menghilangkan akses pada legalitas, pembinaan, dan peluang promosi yang selama ini memperkuat posisi kelembagaan pabrik. Pada saat yang sama, melemahnya kohesi internal meningkatkan risiko konflik, menurunkan produktivitas, dan mengganggu koordinasi kerja karena lingkungan internal sangat bergantung pada komunikasi berbasis keakraban. Kondisi ini menunjukkan bahwa jaringan sosial yang tidak optimal berimplikasi langsung terhadap ketahanan, keberlanjutan, dan daya saing unit pengolahan kopi di tingkat hilir.

Konteks hilirisasi kopi di pabrik tidak dapat dilepaskan dari karakteristik dua jenis kopi yang paling umum diolah di Indonesia, yaitu Arabika dan Robusta. Arabika dikenal memiliki keasaman lebih tinggi, kompleksitas rasa lebih kaya, dan nilai ekonomi lebih besar. Robusta memiliki rasa yang lebih kuat, kandungan kafein lebih tinggi, serta daya tahan yang lebih baik terhadap kondisi lingkungan ekstrem (Banchón et al., 2023). Perbedaan karakter ini menciptakan tuntutan teknis yang berbeda pada proses pengolahan dan memengaruhi pola hubungan antara pabrik dan pemasok. Arabika membutuhkan bahan baku bermutu stabil, sehingga pabrik harus menjaga hubungan yang konsisten dan intens dengan pemasok tertentu. Robusta lebih stabil dari sisi mutu awal, tetapi memerlukan pengolahan yang tepat agar produk tidak kehilangan karakter khasnya. Keadaan ini menunjukkan bahwa kualitas jaringan sosial dapat menentukan kualitas bahan baku dan keberhasilan hilirisasi, terutama bagi pabrik yang mengolah Arabika maupun Robusta secara bersamaan.

Minimnya penelitian yang menelaah dinamika hubungan sosial di tingkat pabrik menjadi alasan penting untuk mengkaji lebih dalam fenomena ini. Banyak studi mengenai kopi di Indonesia berfokus pada petani, pasar, sertifikasi, rantai pasok, atau pemberdayaan komunitas, tetapi hampir tidak ada yang mengkaji pabrik sebagai ruang sosial yang mempengaruhi laju hilirisasi. Ketidakhadiran kajian di level pabrik dapat menimbulkan kesan bahwa proses hilirisasi semata-mata bersifat teknis atau mekanis, padahal realitas di lapangan menunjukkan bahwa interaksi sosial justru menjadi elemen penentu dalam kelancaran produksi. Keadaan tersebut menghasilkan celah akademis yang signifikan, terutama bagi studi agribisnis yang perlu melihat pabrik sebagai aktor sosial, bukan sekadar unit teknis.

Konsekuensi akademis dari celah penelitian tersebut cukup besar. Ketika jaringan sosial pabrik tidak diteliti, maka pengetahuan ilmiah tentang hilirisasi kehilangan dimensi penting bagaimana hubungan antaraktor menciptakan stabilitas pasokan, membentuk norma kerja, menjaga kepercayaan, dan memobilisasi informasi. Dimensi ini berpengaruh pada keberlanjutan rantai pasok, terutama ketika pabrik menghadapi fluktuasi produksi petani, perubahan harga pasar, atau dinamika tenaga kerja. Ketidakpastian pasokan, misalnya, tidak dapat dipahami hanya sebagai masalah teknis apabila relasi antara pabrik dan pemasok tidak diperhitungkan. Kelemahan struktur hubungan dapat menjadi akar gangguan yang terlihat teknis di permukaan. Kondisi ini mempertegas urgensi penelitian berbasis jaringan sosial untuk mengisi kekosongan tersebut.

Kerangka teori yang mampu menjelaskan fenomena ini secara mendalam dapat ditemukan dalam pemikiran Mark Granovetter dan James Coleman. Pemikiran Granovetter (1973) mengenai *Strength of Weak and Strong Ties* memberikan alat untuk menilai kekuatan hubungan berdasarkan frekuensi interaksi, kedekatan emosional,

durasi hubungan, dan tingkat dukungan timbal balik. Hubungan kuat dapat memberikan stabilitas pasokan dan koordinasi internal, sedangkan hubungan lemah membuka akses pada informasi baru dan peluang pasar. Coleman memberikan perspektif bahwa jaringan sosial merupakan sumber modal sosial yang mampu menghasilkan kepercayaan, norma kerja, dan kewajiban timbal balik (Marsden, 2021). Kedua gagasan ini memberi landasan teoretis yang kuat untuk menilai bagaimana hubungan di Pabrik Kopi Sejati memengaruhi kelancaran proses hilirisasi.

Kerangka *Strength of Ties* memberikan kemampuan analitis untuk melihat bahwa tidak semua hubungan sosial memiliki peran yang sama dalam menunjang hilirisasi (Krämer et al., 2021). Hubungan pemilik pabrik dengan pemasok lama, misalnya, dapat digolongkan sebagai hubungan kuat yang menjamin pasokan berkualitas. Hubungan pekerja musiman dengan supervisor mungkin lebih lemah, tetapi tetap memiliki fungsi tertentu dalam menjaga kelancaran produksi harian. Perbedaan tingkat kekuatan hubungan ini memengaruhi cara informasi ditransmisikan, bagaimana konflik diselesaikan, dan bagaimana keputusan diambil. Penilaian ini diperlukan agar peta jaringan sosial tidak berhenti pada identifikasi aktor, tetapi mampu membaca dinamika relasional yang mempengaruhi performa hilirisasi secara langsung.

Struktur jaringan sosial pabrik mencakup hubungan internal antarpekerja, hubungan vertikal antara pemilik dan pekerja, serta hubungan eksternal dengan pemasok dan pembeli. Setiap lapisan hubungan tersebut memiliki peran berbeda dalam memastikan produksi berjalan lancar. Hubungan internal menentukan kelancaran kerja harian, hubungan vertikal memengaruhi disiplin dan mutu produksi, sementara hubungan eksternal memastikan kesinambungan bahan baku dan pasar. Analisis jaringan sosial memungkinkan pemetaan yang lebih komprehensif mengenai hubungan tersebut, sehingga peneliti dapat memahami titik-titik penghubung yang paling berpengaruh, potensi konflik, dan kekuatan modal sosial yang terbangun.

Kerangka analitis yang mencakup aspek bentuk, kekuatan, struktur, dan fungsi jaringan sosial menjadi dasar untuk merumuskan masalah penelitian ini secara jelas. Empat aspek tersebut memungkinkan peneliti memahami bagaimana hubungan terbentuk, bagaimana posisi aktor memengaruhi jalannya interaksi, bagaimana kekuatan relasi mempengaruhi arus informasi, dan bagaimana fungsi setiap hubungan menopang hilirisasi secara keseluruhan. Kerangka tersebut tidak hanya menghubungkan fenomena di Pabrik Kopi Sejati dengan teori jaringan sosial, tetapi juga mempersiapkan landasan konseptual yang jelas untuk merumuskan pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian berikutnya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Hubungan sosial antar pelaku usaha dalam dinamika industri kopi lokal di Kota Makassar, memainkan peran strategis dalam memperkuat posisi dan daya saing sektor hilir. Pabrik Kopi Sejati sebagai salah satu aktor utama dalam rantai nilai kopi tidak hanya mengandalkan kemampuan teknis produksi, tetapi juga membangun jaringan sosial yang kompleks dengan aktor eksternal. Melalui hubungan yang dilandasi kepercayaan, pertukaran informasi, serta kerja sama ekonomi, jaringan sosial ini menjadi fondasi bagi kelancaran proses hilirisasi, mulai dari pengolahan biji kopi hingga pemasaran produk akhir. Namun, untuk memahami lebih jauh bagaimana relasi tersebut bekerja, maka penelitian ini akan menjawab pertanyaan berikut:

1. Bagaimana bentuk dan kekuatan jaringan sosial Pabrik Kopi Sejati dalam hilirisasi kopi Arabika dan Robusta di Kota Makassar?
2. Bagaimana struktur dan fungsi jaringan sosial Pabrik Kopi Sejati dalam hilirisasi kopi Arabika dan Robusta di Kota Makassar?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan iraian dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bentuk dan kekuatan jaringan sosial yang dimiliki oleh Pabrik Kopi Sejati dalam mendukung aktivitas hilirisasi kopi Arabika dan Robusta di Kota Makassar.
2. Menganalisis struktur dan fungsi jaringan sosial Pabrik Kopi Sejati dalam hilirisasi kopi Arabika dan Robusta di Kota Makassar.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan baik secara teoretis maupun praktis dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan peningkatan kapasitas pelaku usaha kopi lokal di Indonesia, khususnya di Kota Makassar. Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pengayaan kajian mengenai modal sosial dan jaringan sosial dalam konteks agribisnis, khususnya pada subsistem hilir komoditas kopi. Penelitian ini dapat menjadi rujukan akademik dalam memahami bagaimana bentuk, struktur, dan fungsi jaringan sosial berperan dalam mendukung proses hilirisasi, memperkuat keberlanjutan usaha, serta meningkatkan nilai tambah produk pertanian. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat memperluas penerapan teori-teori sosial seperti konsep *social capital* dan *social network theory* ke dalam konteks lokal Indonesia yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi tersendiri. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan literatur baru dalam bidang agribisnis, sosiologi ekonomi, dan pengembangan pedesaan berbasis komunitas. Sementara secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang aplikatif bagi Pabrik Kopi Sejati dan pelaku usaha kopi lainnya dalam memperkuat Jaringan sosial mereka untuk mendukung keberhasilan hilirisasi. Temuan penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam merancang strategi kolaborasi yang lebih efektif, meningkatkan kualitas hubungan dengan mitra usaha, serta membangun kepercayaan jangka panjang dengan petani dan konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah dan lembaga pendukung sektor agribisnis untuk merumuskan kebijakan yang lebih berpihak pada penguatan jaringan sosial lokal sebagai fondasi utama keberlanjutan industri kopi di Makassar. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat ilmiah, tetapi juga menawarkan solusi praktis yang dapat diterapkan dalam pengembangan ekosistem bisnis kopi yang inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

### 1.5 Kajian Teori

Kajian teori merupakan landasan konseptual yang digunakan untuk memahami, menjelaskan, serta menganalisis fenomena yang diteliti. Melalui kajian teori, penelitian ini menelusuri berbagai konsep dan pemikiran para ahli yang relevan dengan fokus

penelitian, yaitu mengenai peran jaringan sosial sebagai bentuk aktualisasi modal sosial dalam mendukung proses hilirisasi kopi di tingkat perusahaan. Pemaparan teori ini dimaksudkan untuk memberikan kerangka berpikir yang jelas dan sistematis dalam menghubungkan antara teori sosial klasik dan konteks empiris dunia agribisnis modern.

Kajian ini diawali dengan pembahasan mengenai konsep modal sosial (*social capital*) yang menjelaskan nilai, norma, dan kepercayaan sebagai dasar terbentuknya kerja sama sosial. Selanjutnya, diuraikan konsep jaringan sosial (*social network*) sebagai bentuk konkret dari modal sosial yang dapat diamati melalui hubungan dan interaksi antaraktor. Setelah itu, dibahas konsep hilirisasi kopi sebagai konteks empiris di mana jaringan sosial memainkan peran penting dalam memperkuat rantai nilai, meningkatkan daya saing, serta mendorong keberlanjutan usaha kopi lokal. Bagian akhir kajian teori ini menjelaskan keterkaitan logis antara ketiga konsep tersebut, guna memperlihatkan bagaimana modal sosial dan jaringan sosial saling berinteraksi dalam mendukung keberhasilan hilirisasi kopi di Pabrik Kopi Sejati Makassar.

### 1. Konsep Modal Sosial (*Social Capital*)

Modal sosial merupakan salah satu konsep penting dalam ilmu sosial yang menyoroti bagaimana hubungan antarindividu dapat menjadi sumber daya produktif bagi kegiatan ekonomi, sosial, dan politik. Secara historis, gagasan tentang modal sosial mulai diperkenalkan oleh Lyda Judson Hanifan pada tahun 1916 ketika ia menulis tentang pentingnya hubungan sosial dan partisipasi masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan komunitas lokal (Kassai, 2018). Namun, istilah ini baru mendapatkan perhatian luas setelah dikembangkan secara sistematis oleh Pierre Bourdieu, James Coleman, dan Robert Putnam pada akhir abad ke-20.

Bourdieu (1986) dalam Erices-Ocampo et al., (2025) menyimpulkan, modal sosial adalah akumulasi sumber daya aktual dan potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan relasi yang bertahan lama, yang memberikan akses terhadap sumber daya ekonomi maupun simbolik. Coleman (1990) memperluas pengertian tersebut dengan menekankan bahwa modal sosial terwujud dalam struktur hubungan sosial yang memfasilitasi tindakan individu menuju pencapaian tujuan bersama (Erices-Ocampo et al., 2024). Sedangkan Putnam (1993) menekankan dimensi kepercayaan (*trust*), norma sosial (*norms*), dan jaringan (*networks*) sebagai tiga unsur utama yang membuat masyarakat dapat bekerja sama secara efektif (Erices-Ocampo et al., 2024).

Kesimpulan dari berbagai pandangan tersebut, modal sosial bukan hanya sekadar aset sosial yang bersifat *intangible*, tetapi juga merupakan kekuatan yang mengikat individu dalam sistem sosial melalui kepercayaan, solidaritas, dan saling ketergantungan. Dalam konteks ekonomi lokal, modal sosial seringkali menentukan keberhasilan suatu usaha karena mampu menurunkan biaya transaksi, meningkatkan kepercayaan, memperlancar arus informasi, dan memperkuat kerja sama antar pelaku ekonomi.

Modal sosial dalam perkembangan teori kontemporer tidak hanya dipahami sebagai jaringan hubungan sosial semata, tetapi juga sebagai seperangkat nilai, norma, dan kepercayaan yang terinternalisasi dalam suatu komunitas atau organisasi. Modal sosial bekerja melalui mekanisme sosial yang memungkinkan terjadinya koordinasi dan kerja sama yang lebih efisien antarindividu maupun antarkelompok. Dalam konteks organisasi bisnis, modal sosial menjadi fondasi terbentuknya hubungan yang stabil dan berkelanjutan, karena di dalamnya terdapat unsur kepercayaan (*trust*), komitmen, serta

rasa saling memiliki. Tanpa adanya kepercayaan, interaksi ekonomi cenderung bersifat transaksional semata dan membutuhkan biaya pengawasan yang tinggi. Oleh karena itu, modal sosial sering dikaitkan dengan kemampuan suatu organisasi dalam membangun reputasi dan kredibilitas. Reputasi tersebut pada akhirnya menjadi aset strategis yang tidak berwujud namun bernilai ekonomi tinggi.

Modal sosial juga memiliki dimensi struktural, relasional, dan kognitif. Dimensi struktural berkaitan dengan pola hubungan atau konfigurasi jaringan sosial yang terbentuk, seperti frekuensi interaksi dan intensitas komunikasi. Dimensi relasional menekankan pada kualitas hubungan, termasuk tingkat kepercayaan, norma timbal balik, dan rasa saling menghargai. Sedangkan dimensi kognitif berkaitan dengan kesamaan visi, nilai, dan pemahaman bersama yang mempermudah koordinasi tindakan kolektif. Ketiga dimensi ini menunjukkan bahwa modal sosial bukan hanya soal siapa yang terhubung dengan siapa, tetapi juga bagaimana kualitas hubungan tersebut dan sejauh mana terdapat kesamaan tujuan. Dalam organisasi bisnis, keselarasan visi dan nilai bersama sering menjadi faktor pembeda antara jaringan yang sekadar formal dengan jaringan yang benar-benar produktif.

Modal Sosial dalam perspektif pembangunan ekonomi lokal, diyakini mampu menurunkan biaya transaksi (*transaction cost*) karena adanya rasa saling percaya dan norma sosial yang mengikat para pelaku. Ketika tingkat kepercayaan tinggi, kebutuhan akan kontrak formal yang rumit dan pengawasan ketat dapat diminimalkan. Hal ini berdampak pada efisiensi operasional dan percepatan pengambilan keputusan. Selain itu, modal sosial juga berperan dalam memperlancar arus informasi, terutama informasi pasar, inovasi produk, dan peluang kerja sama. Arus informasi yang cepat dan akurat memungkinkan organisasi untuk lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dengan demikian, modal sosial berkontribusi pada peningkatan daya saing dan ketahanan usaha dalam jangka panjang.

Lebih lanjut, modal sosial tidak bersifat statis, melainkan dinamis dan dapat berkembang atau melemah tergantung pada bagaimana relasi sosial tersebut dikelola. Interaksi yang intensif, komunikasi terbuka, serta kepemimpinan yang partisipatif dapat memperkuat modal sosial dalam organisasi. Sebaliknya, konflik internal yang tidak terselesaikan, kurangnya transparansi, dan ketidakadilan dalam pembagian manfaat dapat mengikis kepercayaan dan solidaritas. Oleh karena itu, pengelolaan modal sosial memerlukan strategi yang sadar dan berkelanjutan. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman mengenai dinamika modal sosial menjadi penting untuk melihat bagaimana relasi internal organisasi mampu mendukung proses hilirisasi dan keberlanjutan usaha secara konsisten.

## 2. Konsep Jaringan Sosial (*Social Network*)

Jaringan sosial merupakan bagian integral dari modal sosial karena ia menggambarkan bagaimana hubungan antarindividu atau kelompok terbentuk, dipertahankan, dan dimanfaatkan (Erices-Ocampo et al., 2024). Secara konseptual, jaringan sosial berfokus pada pola hubungan (*patterns of ties*) antara aktor sosial dan bagaimana pola tersebut memengaruhi aliran informasi, kekuasaan, serta sumber daya.

Teori jaringan sosial berkembang dari tradisi sosiologi struktural pada pertengahan abad ke-20 melalui karya-karya Jacob Moreno (1934) dalam Fredericks & Durland, (2005) tentang *sociometry* yang pertama kali memperkenalkan peta hubungan sosial (*sociogram*). Selanjutnya, konsep ini diperkaya oleh M. S. Granovetter, (1973) dan (1985) melalui teorinya tentang *The Strength of Weak Ties* dan *Embeddedness Theory*,

yang menegaskan bahwa tindakan ekonomi selalu melekat (*embedded*) dalam jaringan sosial. Granovetter menunjukkan bahwa hubungan sosial yang tampak lemah (*weak ties*) justru berperan penting dalam memperluas akses terhadap informasi dan peluang ekonomi baru. Untuk mengukur kekuatan jaringan, Granovetter menggunakan empat indikator yaitu frekuensi interaksi, durasi hubungan, kedekatan emosional, dan timbal balik/kepercayaan

Lin, (2001) mendeskripsikan, jaringan sosial adalah struktur sosial yang terdiri atas simpul (*nodes*) dan ikatan (*ties*), di mana simpul dapat berupa individu atau organisasi, dan ikatan merepresentasikan hubungan sosial yang memungkinkan pertukaran sumber daya. Wasserman dan Faust (1994) menambahkan bahwa jaringan sosial tidak hanya menjelaskan siapa terhubung dengan siapa, tetapi juga bagaimana intensitas dan arah hubungan tersebut memengaruhi aliran informasi dan kepercayaan (Christidis, 2020).

Konteks perusahaan, jaringan sosial menjadi wadah yang memungkinkan terjadinya koordinasi antarbagian, kemitraan bisnis, dan kolaborasi dalam rantai nilai. Dengan demikian, jaringan sosial dapat dianggap sebagai instrumen nyata dari modal sosial, karena di dalamnya nilai-nilai sosial seperti kepercayaan, norma timbal balik, dan solidaritas diwujudkan dalam bentuk relasi yang berfungsi produktif.

Struktur jaringan dalam perspektif analisis jaringan sosial (*social network analysis*), memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku dan kinerja aktor di dalamnya. Struktur tersebut dapat dianalisis melalui konsep seperti kepadatan jaringan (*network density*), sentralitas (*centrality*), dan posisi struktural (*structural position*). Kepadatan jaringan menggambarkan seberapa banyak hubungan yang terjalin antaraktor dalam suatu sistem, sedangkan sentralitas menunjukkan sejauh mana seorang aktor menempati posisi penting atau strategis dalam jaringan. Aktor dengan tingkat sentralitas tinggi biasanya memiliki akses informasi yang lebih cepat dan luas dibandingkan aktor lainnya. Posisi struktural ini menentukan peluang, kekuasaan, serta kemampuan koordinasi dalam jaringan sosial. Oleh karena itu, struktur jaringan tidak hanya menggambarkan hubungan sosial, tetapi juga mencerminkan distribusi sumber daya dan pengaruh di dalamnya.

Selain struktur, konsep *embeddedness* atau keterlekatan sosial juga menjadi landasan penting dalam teori jaringan sosial. *Embeddedness* menjelaskan bahwa tindakan ekonomi tidak berdiri sendiri, melainkan melekat dalam hubungan sosial yang telah terbentuk sebelumnya. Relasi yang terbangun melalui interaksi berulang menciptakan pola kepercayaan dan norma yang memengaruhi pengambilan keputusan. Dengan demikian, hubungan bisnis tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan rasional-ekonomis, tetapi juga dipengaruhi oleh kedekatan sosial dan pengalaman interaksi sebelumnya. Konsep ini menegaskan bahwa jaringan sosial berperan sebagai konteks yang membentuk perilaku ekonomi. Dalam praktiknya, semakin kuat keterlekatan sosial, semakin besar pula kemungkinan terjadinya kerja sama jangka panjang.

Teori jaringan sosial juga menyoroti pentingnya kekuatan hubungan (*strength of ties*) dalam memengaruhi aliran informasi dan peluang. Hubungan kuat (*strong ties*) biasanya ditandai dengan intensitas komunikasi yang tinggi, kedekatan emosional, dan tingkat kepercayaan yang besar. Hubungan ini efektif dalam menjaga stabilitas dan solidaritas internal suatu kelompok. Sebaliknya, hubungan lemah (*weak ties*) justru sering menjadi sumber informasi baru karena menghubungkan aktor dengan jaringan yang berbeda. Hubungan lemah membuka akses terhadap peluang eksternal yang

sebelumnya tidak terjangkau. Dengan demikian, keseimbangan antara hubungan kuat dan hubungan lemah menjadi kunci dalam memperluas jaringan sekaligus mempertahankan kohesi internal organisasi.

Jaringan sosial dalam konteks organisasi dan bisnis, berfungsi sebagai sarana koordinasi, kolaborasi, dan distribusi informasi antarbagian maupun dengan pihak eksternal. Jaringan yang terstruktur dengan baik memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan (knowledge sharing) yang lebih efektif. Proses ini mendukung inovasi, pengambilan keputusan kolektif, serta peningkatan efisiensi kerja. Selain itu, jaringan sosial juga berperan dalam membangun legitimasi organisasi melalui hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan. Legitimasi tersebut memperkuat posisi organisasi dalam sistem ekonomi yang lebih luas. Oleh karena itu, jaringan sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai mekanisme strategis dalam pengembangan organisasi.

Lebih lanjut, jaringan sosial bersifat dinamis dan dapat mengalami perubahan seiring waktu. Perubahan struktur organisasi, pergantian kepemimpinan, maupun perkembangan teknologi komunikasi dapat memengaruhi pola hubungan antaraktor. Transformasi digital, misalnya, telah memperluas bentuk jaringan sosial melalui platform daring yang mempercepat pertukaran informasi. Namun demikian, kualitas hubungan tetap menjadi faktor utama dalam menentukan efektivitas jaringan tersebut. Tanpa adanya kepercayaan dan norma yang disepakati, jaringan yang luas sekalipun belum tentu produktif. Dengan demikian, analisis jaringan sosial perlu mempertimbangkan baik aspek struktural maupun kualitas relasi untuk memahami perannya dalam mendukung keberhasilan organisasi.

### 3. Konsep Hilirisasi Kopi

Hilirisasi merupakan proses strategis dalam sistem agribisnis yang bertujuan meningkatkan nilai tambah produk pertanian melalui pengolahan, diversifikasi, dan penguatan rantai nilai dari hulu hingga ke pasar akhir. Dalam konteks komoditas kopi, hilirisasi tidak hanya mencakup kegiatan pengolahan pascapanen (seperti *roasting*, pengemasan, dan *branding*), tetapi juga melibatkan aspek distribusi, pemasaran, dan inovasi produk agar memiliki daya saing di pasar lokal maupun global.

Porter (1985) mendeskripsikan dalam *Value Chain Theory*, setiap aktivitas dalam rantai nilai dapat menciptakan nilai tambah apabila terkoordinasi dengan baik antara pelaku hulu dan hilir (Noga et al., 2020). Dalam konteks agribisnis kopi, hilirisasi berfungsi untuk menggeser posisi pelaku dari sekadar produsen bahan mentah menjadi pengolah dan pemasar produk bernilai tinggi. Sementara Suryana et al (2023), menyimpulkan keberhasilan hilirisasi kopi di Indonesia ditentukan oleh kekuatan kelembagaan, kemampuan adaptasi teknologi, dan jaringan kemitraan antara pelaku lokal dengan pasar modern.

Pabrik Kopi Sejati sebagai bagian dari subsistem hilir memiliki peran penting dalam rantai nilai kopi karena menjadi penghubung langsung antara petani sebagai pemasok bahan baku dan konsumen sebagai pengguna akhir. Oleh karena itu, proses hilirisasi di tingkat pabrik tidak hanya berkaitan dengan teknologi pengolahan, tetapi juga bergantung pada hubungan sosial yang menopang keberlanjutan suplai, kolaborasi, serta loyalitas pasar.

Hilirisasi kopi dalam perspektif agribisnis tidak hanya dimaknai sebagai proses pengolahan fisik dari biji kopi menjadi produk siap konsumsi, tetapi juga sebagai transformasi nilai yang melibatkan aspek manajerial, teknologi, dan strategi pasar.

Proses ini mencakup peningkatan kualitas melalui standarisasi mutu, pengendalian kualitas (*quality control*), serta penerapan inovasi teknologi pengolahan. Dalam konteks industri modern, hilirisasi juga berhubungan dengan diferensiasi produk, seperti pengembangan varian rasa, tingkat roasting, hingga segmentasi pasar specialty coffee. Transformasi tersebut bertujuan untuk menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan menjual bahan mentah. Dengan demikian, hilirisasi berperan dalam meningkatkan daya saing produk kopi di pasar domestik maupun internasional. Nilai tambah ini menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan sistem agribisnis kopi.

Secara teoritis, hilirisasi berkaitan erat dengan konsep upgrading dalam rantai nilai global (*global value chain*). Upgrading dapat terjadi melalui peningkatan kualitas produk (*product upgrading*), efisiensi proses produksi (*process upgrading*), perluasan fungsi usaha (*functional upgrading*), maupun pergeseran ke sektor bernilai tambah lebih tinggi. Dalam industri kopi, *functional upgrading* misalnya terlihat ketika pelaku usaha tidak hanya melakukan roasting, tetapi juga mengembangkan merek, membuka jaringan distribusi, hingga membangun kedai kopi sendiri. Proses ini memungkinkan pelaku hilir memperoleh margin keuntungan yang lebih besar. Oleh karena itu, hilirisasi dipandang sebagai strategi untuk memperkuat posisi tawar pelaku usaha lokal dalam sistem perdagangan yang kompetitif. Keberhasilan upgrading sangat ditentukan oleh kemampuan manajerial dan jaringan kemitraan yang dimiliki.

Hilirisasi kopi juga berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Aktivitas pengolahan, pengemasan, pemasaran, hingga distribusi menciptakan peluang kerja di luar sektor budidaya. Selain itu, dengan adanya industri hilir yang berkembang, permintaan terhadap bahan baku berkualitas akan meningkat sehingga mendorong petani untuk memperbaiki praktik budidaya. Hubungan timbal balik antara sektor hulu dan hilir ini menciptakan sinergi dalam rantai nilai kopi. Dalam jangka panjang, hilirisasi dapat memperkuat struktur ekonomi daerah berbasis komoditas unggulan. Dengan demikian, hilirisasi tidak hanya berdampak pada perusahaan, tetapi juga pada ekosistem agribisnis secara keseluruhan.

Hilirisasi kopi dalam era persaingan global juga menuntut penerapan standar keberlanjutan (*sustainability*). Konsumen modern semakin memperhatikan aspek traceability, praktik perdagangan yang adil (*fair trade*), serta keberlanjutan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan hilir dituntut untuk membangun sistem yang transparan dan bertanggung jawab dalam rantai pasoknya. Sertifikasi mutu dan keberlanjutan menjadi bagian penting dalam meningkatkan kepercayaan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa hilirisasi tidak hanya berorientasi pada peningkatan nilai ekonomi, tetapi juga pada nilai sosial dan lingkungan. Integrasi aspek keberlanjutan menjadi strategi penting untuk mempertahankan loyalitas konsumen dan memperluas akses pasar.

Lebih lanjut, keberhasilan hilirisasi kopi sangat dipengaruhi oleh dukungan kelembagaan, akses terhadap teknologi, serta kapasitas sumber daya manusia. Inovasi dalam teknik roasting, desain kemasan, pemasaran digital, hingga manajemen merek menjadi faktor penentu daya saing. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak seperti lembaga penelitian, komunitas kopi, dan pemerintah daerah dapat mempercepat proses pengembangan industri hilir. Sinergi antaraktor tersebut memperkuat fondasi hilirisasi dalam jangka panjang. Dengan demikian, hilirisasi kopi merupakan proses multidimensional yang melibatkan aspek ekonomi, sosial, teknologi, dan kelembagaan secara terpadu. Dalam konteks penelitian ini, hilirisasi dipahami sebagai strategi

transformasi nilai yang ditopang oleh jaringan sosial dan modal sosial internal perusahaan.

#### 4. Keterkaitan antara Modal Sosial, Jaringan Sosial, dan Hilirisasi Kopi

Secara teoritis, hubungan antara ketiga konsep tersebut dapat dijelaskan secara bertingkat dan saling berkelindan. Modal sosial berfungsi sebagai kerangka nilai dan norma yang membentuk dasar bagi interaksi sosial. Ia menjelaskan mengapa individu atau kelompok bersedia bekerja sama, berbagi informasi, dan membangun kepercayaan. Sementara itu, jaringan sosial merupakan manifestasi konkret dari modal sosial. Ia menunjukkan siapa yang terhubung, bagaimana mereka berinteraksi, serta seberapa kuat hubungan tersebut menopang aktivitas ekonomi. Dengan kata lain, jaringan sosial adalah medium tempat modal sosial beroperasi. Kedua konsep ini dalam konteks hilirisasi kopi menjadi faktor non ekonomi yang berperan besar terhadap keberhasilan rantai nilai. Kepercayaan antara pemilik pabrik dan petani menentukan kontinuitas pasokan bahan baku; norma timbal balik mengatur pembagian keuntungan yang adil; sementara jaringan sosial mengatur arus informasi pasar dan inovasi produk. Ketika jaringan sosial kuat dan nilai-nilai sosial di dalamnya terpelihara, maka hilirisasi berjalan lebih efisien, berkelanjutan, dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Granovetter, (1985) menegaskan bahwa aktivitas ekonomi tidak bisa dipisahkan dari konteks sosialnya. Hal ini sejalan dengan kenyataan di lapangan bahwa keberhasilan Pabrik Kopi Sejati tidak hanya ditentukan oleh kemampuan manajerial atau modal finansial, tetapi juga oleh kekuatan hubungan sosial yang dibangun dengan petani, konsumen, dan mitra bisnis. Oleh karena itu, analisis jaringan sosial dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana bentuk, struktur dan fungsi jaringan tersebut berperan dalam memperkuat modal sosial yang menjadi fondasi keberhasilan hilirisasi kopi.

### 1.6 Research Gap

Penelitian *“The Value Chain Governance of Robusta Coffee in Bogor Regency”* oleh Suryana et al. (2023) dilakukan di Kabupaten Bogor, Jawa Barat, menggunakan metode survei terhadap 41 aktor rantai nilai kopi Robusta dan dianalisis melalui kerangka *value chain governance Gereffi*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata kelola rantai nilai kopi Robusta berada pada tipe *market governance* dengan kompleksitas informasi rendah dan koordinasi yang lemah antar-pelaku. Meskipun menyoroti pola hubungan dalam rantai nilai, penelitian tersebut tidak membahas jaringan sosial informal yang terbentuk di dalam unit pengolahan kopi sebagai simpul penting hilirisasi. Penelitian ini kemudian mengisi celah tersebut dengan memfokuskan pada struktur jaringan sosial Pabrik Kopi Sejati yang mempengaruhi proses hilirisasi melalui kepercayaan, aliran informasi, serta hubungan kerja formal-informal yang tidak dianalisis oleh Suryana et al.

Penelitian *“Hubungan Modal Sosial, Modal Insani, dan Orientasi Kewirausahaan dalam Mendukung Ketahanan Bisnis pada Industri Kopi Bubuk di Kabupaten Tanah Datar”* oleh Triana et al. (2025) dilakukan di Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat, menggunakan metode survei kuantitatif terhadap 139 pelaku usaha kopi bubuk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal insani dan orientasi kewirausahaan berhubungan positif dengan ketahanan bisnis, sedangkan modal sosial justru menunjukkan hubungan negatif yang sangat lemah. Penelitian tersebut hanya menilai modal sosial sebagai

variabel statistik tanpa memetakan struktur jaringan antar-aktor secara nyata. Penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan meneliti bagaimana jaringan sosial internal dan eksternal Pabrik Kopi Sejati membentuk koordinasi, kolaborasi, dan keberhasilan hilirisasi, bukan sekadar mengukur modal sosial secara kuantitatif.

Penelitian *“Implementation of Upgrading in Global Value Chain Activities of Indonesian Coffee SMEs”* oleh Kresnawati et al. (2018) menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis strategi upgrading yang dilakukan UMKM kopi Indonesia dalam rantai nilai global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product upgrading*, *process upgrading*, dan sertifikasi IG berperan dalam meningkatkan nilai jual, meski manfaat bagi petani masih rendah. Penelitian tersebut menekankan peningkatan teknis dan fungsional, tetapi tidak meneliti bagaimana hubungan sosial atau jaringan antar-pelaku mendorong atau menghambat proses upgrading tersebut. Penelitian ini mengisi gap di atas dengan melihat bagaimana struktur jaringan sosial di Pabrik Kopi Sejati justru menjadi fondasi penting dalam proses hilirisasi, termasuk kerja sama, koordinasi mutu, dan aliran informasi.

Penelitian *“When local customs meet the market: an analysis of coffee value chain in Tebat Benawa customary community, Indonesia”* oleh Fauzi et al. (2023) dilakukan di komunitas adat Tebat Benawa menggunakan metode campuran (wawancara, FGD, observasi, dan social network analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur adat dan kekerabatan memengaruhi relasi petani, tetapi keputusan ekonomi tetap lebih dominan, sehingga modal sosial adat hanya memiliki pengaruh terbatas dalam menentukan posisi tawar petani dalam rantai nilai. Meskipun penelitian di atas menyentuh aspek sosial, fokusnya berada pada relasi adat dan pasar di tingkat petani, bukan pada jaringan sosial dalam pabrik pengolahan sebagai aktor hilir. Penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana jaringan sosial Pabrik Kopi Sejati berperan dalam hilirisasi melalui hubungan dengan pemasok, pelanggan, pekerja, dan mitra informal.

Penelitian *“Transformative innovations igniting coffee supply chain process efficiency”* oleh Irlayanti et al. (2025) dilakukan di produsen kopi di Jawa Barat dengan pendekatan kuantitatif deskriptif-operasional untuk menganalisis efisiensi proses produksi pada tujuh *workstations*. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan produktivitas melalui perbaikan tata letak, aliran produksi, dan utilitas mesin. Penelitian di atas menitikberatkan pada inovasi teknis dan efisiensi proses, tetapi tidak membahas bagaimana jaringan sosial pekerja, pemilik, dan mitra eksternal mempengaruhi keberhasilan implementasi inovasi tersebut. Penelitian ini menutup gap tersebut dengan memfokuskan pada bagaimana jaringan sosial di Pabrik Kopi Sejati memengaruhi koordinasi, kolaborasi, dan adaptasi inovasi dalam proses hilirisasi.

Secara keseluruhan, seluruh penelitian di atas berkontribusi dalam memahami aspek teknis, kelembagaan, dan sosial dalam industri kopi, tetapi belum ada yang meneliti secara khusus bagaimana struktur jaringan sosial dalam sebuah pabrik kopi sebagai aktor hilir membentuk proses hilirisasi kopi Arabika dan Robusta. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan memetakan jaringan sosial Pabrik Kopi Sejati baik internal maupun eksternal sebagai elemen kunci yang mempengaruhi koordinasi, kepercayaan, arus informasi, dan praktik hilirisasi secara menyeluruh.

### 1.7 Novelty Penelitian

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan memfokuskan analisis pada struktur dan fungsi jaringan sosial Pabrik Kopi Sejati sebagai aktor hilir dalam hilirisasi kopi Arabika dan Robusta, suatu pendekatan yang belum diangkat secara mendalam dalam penelitian-penelitian terdahulu. Berbeda dari studi sebelumnya yang lebih menekankan aspek *value chain governance*, hubungan antar-variabel modal sosial secara kuantitatif, strategi *upgrading*, pengaruh adat di tingkat petani, atau efisiensi proses produksi, penelitian ini justru memetakan jaringan sosial sebagai struktur relasional nyata yang membentuk proses hilirisasi. Kebaruan terletak pada pengungkapan bagaimana hubungan formal dan informal meliputi kepercayaan, koordinasi, arus informasi, dan pola interaksi antar-aktor internal maupun eksternal pabrik menjadi fondasi penting dalam keberhasilan hilirisasi. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis jaringan sosial, penelitian ini menawarkan perspektif baru tentang bagaimana pabrik sebagai simpul sosial memainkan peran strategis dalam menciptakan nilai tambah, menghubungkan produsen dengan pasar, serta menjaga keberlanjutan rantai pasok kopi. Temuan ini memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan karena membuka pemahaman baru bahwa hilirisasi tidak hanya ditentukan oleh inovasi teknis atau tata kelola formal, tetapi sangat dipengaruhi oleh kekuatan jaringan sosial yang mengikat pelaku-pelaku di dalam ekosistem industri kopi.

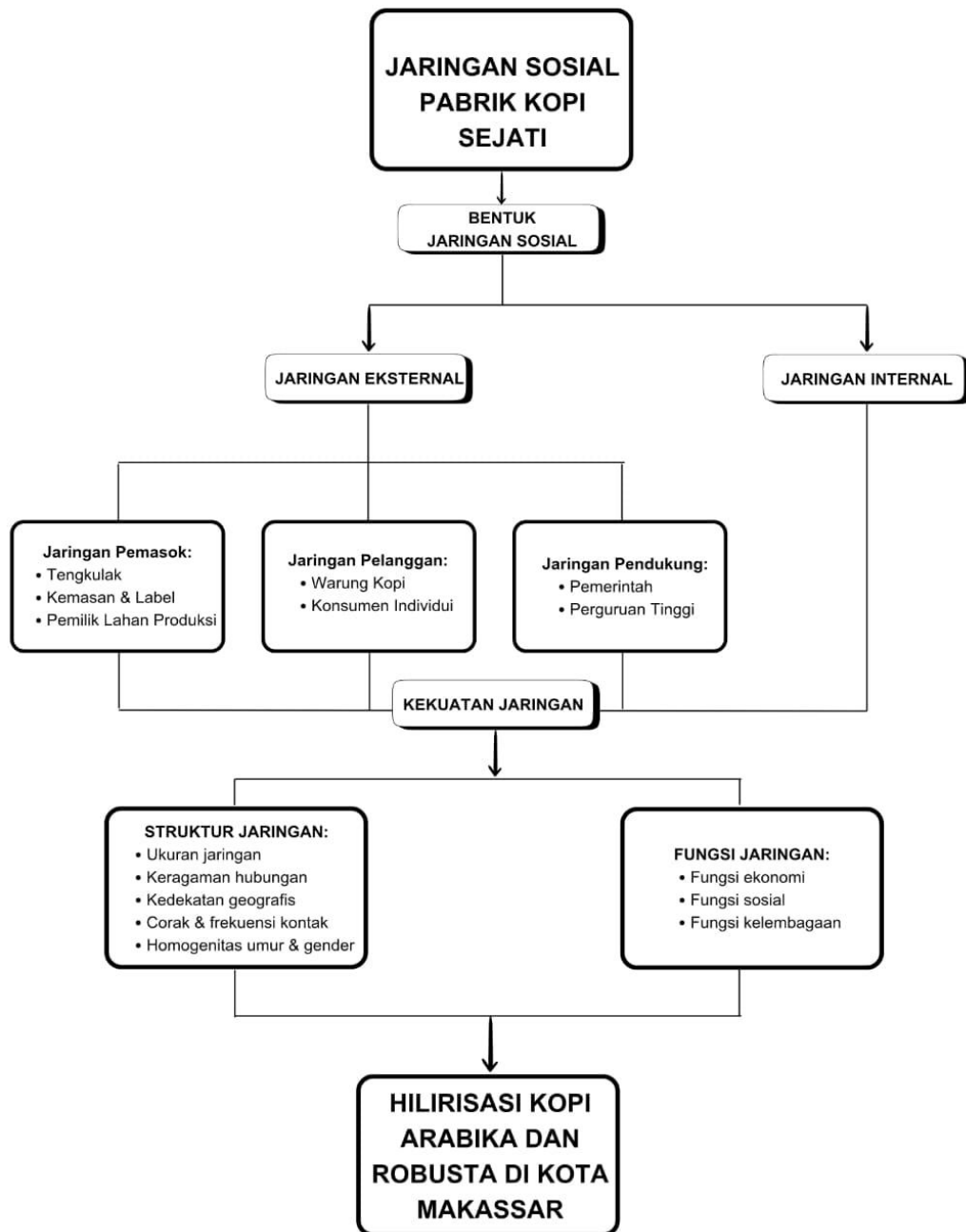
### 1.8 Kerangka Pemikiran

Perkembangan industri kopi di Indonesia, khususnya di Kota Makassar, menunjukkan bahwa keberhasilan usaha kopi tidak lagi hanya bergantung pada faktor teknis produksi, melainkan juga pada kekuatan relasi sosial yang menghubungkan berbagai pelaku dalam rantai nilai kopi. Pabrik Kopi Sejati, sebagai salah satu pelaku utama dalam hilirisasi kopi Arabika dan Robusta, berada pada posisi strategis dalam menghubungkan berbagai aktor ekonomi lokal, mulai dari petani pemasok, pengolah, hingga konsumen akhir. Proses hilirisasi kopi yang dilakukan perusahaan ini tidak berdiri sendiri, melainkan berlandaskan interaksi sosial yang membentuk jaringan relasi saling percaya, kerja sama, dan pertukaran informasi yang berkelanjutan.

Teori jaringan sosial (*social network theory*) dalam konteks di atas menjadi landasan utama dalam memahami hubungan antaraktor dalam sistem hilirisasi. Teori ini berasumsi bahwa keberhasilan suatu organisasi atau individu tidak hanya ditentukan oleh sumber daya internal, tetapi juga oleh posisi dan kualitas hubungan mereka di dalam jaringan sosial (Granovetter, 1985; Wasserman & Faust, 1994) dalam (Bozzo & Franceschet, 2016). Melalui pendekatan ini, struktur jaringan menggambarkan bagaimana pola hubungan antaraktor terbentuk siapa berhubungan dengan siapa, seberapa kuat keterikatannya, serta bagaimana informasi dan sumber daya mengalir di dalam jaringan tersebut. Sementara itu, fungsi jaringan menjelaskan bagaimana hubungan-hubungan sosial tersebut berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha, pengambilan keputusan, serta efektivitas kegiatan ekonomi seperti hilirisasi produk.

Pabrik Kopi Sejati memanfaatkan jaringan sosial ini sebagai modal sosial yang berharga. Dalam konteks modal sosial, Putnam (1993) menjelaskan bahwa jaringan, norma, dan kepercayaan sosial dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan kolektif (Erices-Ocampo et al., 2025). Keberadaan jaringan yang

kuat dapat mempercepat arus informasi, memperkuat kepercayaan antar pelaku usaha, dan mendorong terbentuknya kolaborasi yang saling menguntungkan. Bagi Pabrik Kopi Sejati, jaringan sosial yang dibangun dengan petani, mitra pengolahan, pelanggan, dan komunitas kopi lokal berfungsi sebagai mekanisme informal untuk mempertahankan stabilitas pasokan, menjaga kualitas produk, serta memperluas akses pasar di tengah kompetisi bisnis yang semakin ketat.



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran

## **BAB II**

### **METODE PENELITIAN**

#### **2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Jalan Sultan Alauddin No. 01, Kecamatan Tamalate, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan, tepatnya pada industri Pabrik Kopi Sejati. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Pabrik Kopi Sejati di Kota Makassar menjadi representasi nyata dinamika jaringan sosial dalam subsistem hilir agribisnis kopi. Sebagai usaha kecil-menengah, pabrik ini menyediakan contoh nyata bagaimana jaringan sosial dapat menjadi sumber daya strategis dalam menghadapi tantangan pasar dan ekonomi. Selain itu, masih minim penelitian serupa di wilayah Indonesia Timur, sehingga studi ini berpotensi mengisi kesenjangan akademik sekaligus memberikan kontribusi praktis. Penelitian ini dilakukan pada bulan September-November 2025.

#### **2.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam studi ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Asrulla et al., (2023) menyimpulkan penelitian kualitatif bertujuan untuk menyelidiki, mengidentifikasi, mendeskripsikan, dan menjelaskan karakteristik atau keunikan dari pengaruh sosial. Target dari penelitian kualitatif adalah untuk memberikan penjelasan yang mendalam mengenai suatu fenomena, dengan cara pengumpulan data yang menyeluruh, yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail dari data yang dianalisis. Konteks penelitian kualitatif, semakin mendalam dan rinci data yang diperoleh, semakin baik pula kualitas dari penelitian tersebut

Penelitian ini menerapkan pendekatan studi kasus yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan informan. Studi kasus bersifat eksploratif, dan sifat khusus dari objek kajiannya menjadi perhatian utama bagi peneliti untuk menggali lebih dalam. Peneliti tidak hanya melihat kasus dari perspektif luar, tetapi juga menganalisisnya dari dalam sebagai satu kesatuan yang rinci. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti melalui studi kasus adalah wawancara mendalam.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jaringan sosial dengan maksud untuk menganalisis pola interaksi sosial melalui data yang relevan, seperti kontak, ikatan, dan keterhubungan sosial, serta menjelaskan fenomena atau realitas sosial. Model penelitian ini dipilih untuk memahami pengalaman yang dijalani oleh subjek penelitian dalam usaha Pabrik Kopi Sejati di Jalan Sultan Alauddin, Kecamatan Tamalate, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

#### **2.3 Sumber Data**

Sumber data merupakan fondasi penting dalam setiap penelitian karena menjadi acuan utama untuk analisis dan penarikan kesimpulan (Pederson et al., 2020). Dalam penelitian ini, data diperoleh dari berbagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam operasional Pabrik Kopi Sejati, sehingga mampu memberikan gambaran yang

komprehensif mengenai dinamika hilirisasi kopi. Selain wawancara mendalam dengan pihak internal pabrik sebagai informan utama, data juga dikumpulkan melalui observasi lapangan, dokumentasi perusahaan, serta catatan transaksi dan distribusi produk. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap informasi secara holistik, baik dari sisi teknis produksi, manajemen, maupun interaksi sosial yang terjadi dalam jaringan sosial. Dengan memahami sumber data yang digunakan, pembahasan selanjutnya dapat dilandasi oleh informasi yang valid, relevan, dan mencerminkan kondisi nyata di lapangan.

### **2.3.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti (Sulung & Muspawi, 2024). Haifa et al., (2025) menyimpulkan data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya melalui wawancara, survei, atau eksperimen. Data ini langsung diambil oleh penulis melalui informan. Data primer ini mengulik salah satu unsur modal sosial yang ada diantara aktor yaitu jaringan sosial.

### **2.3.2 Data Sekunder**

Tan (2021) menyimpulkan, data sekunder dapat mencakup data statistik, hasil survei, atau dokumentasi lain yang telah disusun dan dapat diakses dengan mudah oleh peneliti untuk keperluan analisis dan penelitian. Data sekunder dikumpulkan dari berbagai literatur terpercaya maupun instansi yang berhubungan dengan penelitian, baik di tingkat pusat maupun daerah seperti Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Makassar.

## **2.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah metode yang dipakai oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian (Firdaus et al., 2023). Proses pengumpulan informasi adalah aspek yang sangat krusial dalam sebuah penelitian. Metode pengumpulan data yang tepat akan menghasilkan informasi yang berkualitas tinggi, begitu pula sebaliknya. Dalam penelitian kualitatif, metode pengumpulan informasi lebih fokus pada pengamatan peran serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*), dan dokumentasi (Naufal, 2021). Berikut adalah teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini.

### **2.4.1 Observasi**

Observasi merupakan metode pengumpulan informasi yang dilakukan dengan mengamati melalui alat indera, lalu dilengkapi dengan pencatatan keadaan atau perilaku objek yang diteliti (Hasibuan et al., 2023). Kegiatan observasi ini dilaksanakan di area penelitian terkait situasi tempat penelitian, kondisi pabrik yang berhubungan dengan produksi, proses pengolahan kopi, tahap pendistribusian, hingga pemasaran, serta

aspek sosial seperti ketersediaan sumber daya manusia dan bentuk interaksi antaraktor yang dapat diamati secara langsung.

#### **2.4.2 Wawancara**

Wawancara merupakan metode komunikasi langsung dengan informan yang berhubungan langsung dengan objek penelitian, di mana mereka diharapkan memberikan informasi berdasarkan pengamatan dan pengalaman pribadi. Wawancara mendalam (*in depth* interview) adalah metode pengumpulan data kualitatif yang bertujuan untuk menggali pemikiran, pengalaman, dan pandangan individu atau kelompok mengenai suatu tema atau isu tertentu. Pada wawancara terbuka, informan menjawab pertanyaan sesuai dengan alur percakapan mereka. Namun, di akhir wawancara, pertanyaan akan lebih terarah untuk memastikan bahwa semua informasi yang diperlukan dapat dikumpulkan sesuai dengan tujuan penelitian ini (Salman et al., 2020). Pada penelitian ini, wawancara dilakukan dengan menyajikan beberapa pertanyaan kepada beberapa informan yang terlibat.

#### **2.4.3 Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan bahan-bahan hukum yang diambil dari sumber-sumber literatur, yang berasal dari pengumpulan data yang bersifat primer maupun sekunder (Hasan, 2022). Data primer diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui metode seperti pengambilan gambar dan rekaman suara. Sementara itu, data sekunder diambil dari berbagai literatur yang relevan, seperti situs resmi, buku, dan dokumen lainnya. Peneliti mengumpulkan data dari dokumen yang relevan dengan subjek dan objek penelitian, termasuk deskripsi lokasi penelitian, catatan, serta foto-foto kegiatan yang dilakukan.

### **2.5 Penentuan Informan**

Informan merupakan orang yang dapat memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi permasalahan yang diangkat untuk dijadikan penelitian oleh penulis (Asrulla et al., 2023). Penentuan informan pada penelitian ini menggunakan metode *purposive*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan relevansi dan kemampuan memberikan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Teknik ini sesuai dengan prinsip penelitian kualitatif yang mengutamakan kedalaman informasi, bukan jumlah informan. Fokus utama penentuan informan adalah menemukan individu yang paling memahami fenomena jaringan sosial di Pabrik Kopi Sejati sehingga data yang diperoleh bersifat mendalam dan sah.

Pemilik Pabrik Kopi Sejati ditetapkan sebagai informan utama karena memiliki pengetahuan paling lengkap mengenai alur produksi, pola interaksi, hubungan dengan pemasok serta pelanggan, dan dinamika jaringan sosial internal. Posisi pemilik sebagai pusat jejaring membuatnya memiliki akses langsung terhadap hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Kriteria ini menjadikan pemilik sebagai sumber data paling relevan dan memadai secara metodologis.

Saturasi data digunakan sebagai dasar penetapan jumlah informan. Satu informan dianggap cukup ketika informasi yang diberikan telah memenuhi seluruh kebutuhan data penelitian tanpa ada informasi penting yang terlewatkan (Saunders et al., 2018). Kebutuhan terhadap informan tambahan hanya muncul apabila terdapat aspek tertentu yang tidak dapat dijelaskan secara komprehensif oleh informan utama. Informan tambahan tetap diambil dari pihak internal pabrik seperti pekerja inti atau staf yang disarankan oleh pemilik sebagai informan kunci tambahan.

Keterlibatan aktor eksternal tidak dimasukkan ke dalam penentuan informan karena fokus penelitian berada pada pemahaman jaringan sosial dari sudut pandang internal pabrik. Aktor luar seperti petani, tengkulak, warung kopi, atau konsumen individu tidak memiliki akses dan pemahaman menyeluruh mengenai struktur internal jejaring sosial pabrik. Pembatasan ini menjaga fokus penelitian tetap relevan dan menghindari pergeseran analisis ke arah yang tidak diperlukan.

Pendekatan *purposive* yang berorientasi pada saturasi memastikan bahwa proses penentuan informan selaras dengan prinsip penelitian kualitatif, yaitu memprioritaskan relevansi, kedalaman data, dan koherensi dengan tujuan penelitian (Saunders et al., 2018). Strategi ini menghasilkan data yang memadai untuk menjelaskan secara akurat jaringan sosial pada Pabrik Kopi Sejati.

## 2.6 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan kerangka Miles dan Huberman dengan metode kualitatif deskriptif pendekatan studi kasus, yang bertujuan memahami secara mendalam bentuk, struktur dan fungsi jaringan sosial yang terbentuk dalam proses hilirisasi kopi Arabika dan Robusta di Pabrik Kopi Sejati. Proses analisis kerangka Miles dan Huberman meliputi tiga tahap utama yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024).

Tahap pertama adalah reduksi data, seluruh informasi yang diperoleh dari observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dicatat secara rinci dalam catatan lapangan, kemudian dibaca ulang untuk memastikan kelengkapan data. Data tersebut diseleksi, difokuskan, dan disederhanakan dengan melakukan proses pengelompokan berdasarkan tema-tema utama yang relevan dengan penelitian, seperti bentuk hubungan antaraktor, posisi aktor dalam jaringan, dan mekanisme koordinasi dalam proses hilirisasi kopi. Reduksi data ini membantu peneliti memusatkan perhatian pada informasi yang paling berkaitan dengan bentuk, struktur dan fungsi jaringan sosial di lingkungan pabrik.

Tahap berikutnya adalah penyajian data (*data display*), di mana data tematik yang telah direduksi disusun dalam bentuk uraian naratif, serta peta hubungan sosial untuk memudahkan peneliti melihat pola keterhubungan antaraktor. Penyajian data ini memungkinkan identifikasi hubungan kunci seperti aliran informasi, bentuk kolaborasi, pembagian peran, dan kepercayaan yang menopang aktivitas hilirisasi kopi. Penyusunan tampilan data yang sistematis sangat penting agar dinamika jaringan sosial dapat dipahami secara lebih jelas dan mendalam.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu proses menghasilkan interpretasi terhadap pola-pola sosial yang ditemukan. Peneliti melakukan penelusuran hubungan antar tema untuk memahami bagaimana jaringan sosial internal dan eksternal berfungsi dalam kegiatan produksi, distribusi, dan pemasaran kopi di Pabrik Kopi Sejati. Kesimpulan ditarik secara bertahap dan terus diverifikasi sepanjang

penelitian dengan membandingkan temuan awal dan data lapangan hingga diperoleh hasil yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.

Selain itu, analisis relasi antaraktor pada jaringan sosial dalam penelitian ini memanfaatkan konsep *Strength of Ties* dari Granovetter (1973). Konsep tersebut menilai kekuatan hubungan berdasarkan intensitas interaksi, lamanya hubungan terjalin, kedekatan emosional, serta tingkat saling mendukung antaraktor. Penggunaan indikator-indikator ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi apakah hubungan dalam jaringan tergolong kuat, sedang, atau lemah, sekaligus memperdalam analisis mengenai, struktur, dan fungsi jaringan sosial di Pabrik Kopi Sejati. Setiap indikator dioperasionalkan ke dalam kategori kuat, sedang, dan lemah dengan ketentuan sebagai berikut:

**a. Frekuensi interaksi**

**Tabel 1.** Indikator frekuensi interaksi

| Frekuensi                       | Kategori |
|---------------------------------|----------|
| Harian / beberapa kali seminggu | Kuat     |
| Mingguan                        | Sedang   |
| Bulanan / tidak rutin           | Lemah    |

**b. Durasi hubungan**

**Tabel 2.** Indikator durasi hubungan

| Durasi    | Kategori |
|-----------|----------|
| > 5 tahun | Kuat     |
| 1-5 tahun | Sedang   |
| < 1 tahun | Lemah    |

**c. Kedekatan emosional**

**Tabel 3.** Indikator kedekatan emosional

| Kedekatan                                                                          | Kategori |
|------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Ada kedekatan emosional / pertemanan, kekeluargaan                                 | Kuat     |
| Ada kedekatan sosial tetapi tidak terlalu personal / Relasi profesional yang akrab | Sedang   |
| Hubungan bisnis murni, tidak ada kedekatan                                         | Lemah    |

#### d. Timbal balik

**Tabel 4.** Indikator timbal balik

| Timbal Balik                                         | Kategori |
|------------------------------------------------------|----------|
| Saling bantu / saling percaya (relasi resiprokal)    | Kuat     |
| Ada kepercayaan tetapi terbatas (relasi profesional) | Sedang   |
| Hubungan satu arah (relasi transaksional)            | Lemah    |

#### e. Cara mengukur total kecenderungan kekuatan hubungan

Skor untuk setiap indikator:

1. Kuat = 3
2. Sedang = 2
3. Lemah = 1

**Tabel 5.** Kategori berdasarkan total skor

| Total Skor | Kategori |
|------------|----------|
| 10-12      | Kuat     |
| 7-9        | Sedang   |
| 4-6        | Lemah    |

### 2.7 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Triangulasi adalah suatu strategi dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan kredibilitas, keandalan, dan kedalaman temuan dengan cara membandingkan, mengontraskan, dan memeriksa konsistensi data dari berbagai sumber, metode, waktu, atau perspektif (Marlina et al., 2024). Pertama, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan di Pabrik Kopi Sejati untuk memperoleh gambaran hubungan sosial yang lebih objektif. Kedua, triangulasi metode dilakukan dengan memadukan observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi guna melihat konsistensi data pada berbagai metode pengumpulan. Ketiga, triangulasi waktu dilakukan dengan melakukan pengecekan data pada waktu yang berbeda untuk memastikan bahwa pola interaksi sosial yang diamati bukan fenomena temporer, melainkan karakteristik yang stabil dari jaringan sosial Pabrik Kopi Sejati.

### 2.8 Batasan Operasional

Penelitian ini memiliki batasan tertentu agar arah pembahasan tetap terfokus pada tujuan utama, yaitu memahami bagaimana jaringan sosial yang dimiliki Pabrik Kopi Sejati berperan dalam proses hilirisasi kopi di Kota Makassar. Batasan ini penting untuk

memastikan bahwa kajian tidak melebar ke aspek-aspek di luar kapasitas penelitian dan tetap relevan dengan konteks empiris yang diteliti.

a. Jaringan Sosial

Jaringan sosial dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai pola hubungan yang terbentuk melalui interaksi langsung dan berulang antara pemilik, pekerja, pemasok, pelanggan, dan aktor pendukung yang memiliki kontribusi nyata terhadap aktivitas hilirisasi kopi. Ruang lingkup jaringan sosial dibatasi hanya pada relasi yang dapat diamati secara empiris melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga hubungan yang tidak relevan, tidak berulang, atau tidak berpengaruh terhadap proses produksi–distribusi tidak dimasukkan ke dalam analisis.

b. Bentuk Jaringan Sosial

Bentuk jaringan sosial dalam penelitian ini dibatasi pada pola hubungan yang terbangun antara Pabrik Kopi Sejati dengan aktor-aktor yang terlibat dalam proses hilirisasi kopi Arabika dan Robusta, baik di dalam maupun di luar organisasi. Bentuk jaringan tidak dipahami sekadar sebagai keberadaan relasi, melainkan sebagai cara hubungan tersebut terbentuk, dipertahankan, dan dijalankan secara berulang dalam aktivitas produksi, pengolahan, pemasaran, dan distribusi.

c. Jaringan Internal

Jaringan internal dibatasi pada hubungan sosial yang terjalin di dalam Pabrik Kopi Sejati, khususnya antara pemilik, pengelola, dan tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pengolahan kopi Arabika dan Robusta. Jaringan ini dipahami sebagai interaksi kerja yang bersifat rutin dan berulang, yang membentuk pola koordinasi, pembagian peran, dan alur pengambilan keputusan. Fokus jaringan internal tidak hanya pada struktur kerja formal, tetapi juga pada hubungan kepercayaan, loyalitas, dan komunikasi informal yang memengaruhi kelancaran proses hilirisasi di tingkat pabrik

d. Jaringan Eksternal

Jaringan eksternal dalam penelitian ini dibatasi pada hubungan Pabrik Kopi Sejati dengan aktor di luar organisasi yang memiliki keterkaitan langsung dengan proses hilirisasi kopi. Aktor tersebut meliputi pemasok, pelanggan dan pendukung. Jaringan eksternal dipahami sebagai relasi yang terbentuk atas dasar kebutuhan produksi dan pemasaran, yang tidak selalu diikat oleh kontrak formal, tetapi sering kali bergantung pada kepercayaan, reputasi, dan pengalaman kerja sama sebelumnya.

e. Kekuatan Jaringan

Kekuatan hubungan dibatasi berdasarkan intensitas interaksi, lamanya hubungan terjalin, kedekatan emosional, serta tingkat saling mendukung antaraktor. Dalam konteks penelitian ini, kekuatan jaringan menunjukkan sejauh mana hubungan sosial mampu

bertahan dan tetap berfungsi ketika menghadapi perubahan pasar, keterbatasan bahan baku, atau tantangan dalam proses hilirisasi kopi Arabika dan Robusta.

f. Struktur Jaringan Sosial

Struktur jaringan sosial dioperasionalkan sebagai susunan hubungan antaraktor yang memiliki intensitas interaksi jelas serta keterlibatan langsung dalam aktivitas operasional Pabrik Kopi Sejati. Struktur ini dipahami sebagai jaringan yang terpusat pada pemilik sebagai simpul utama, mencakup relasi formal dan informal, dan berlangsung melalui komunikasi langsung maupun digital.

g. Fungsi Jaringan Sosial

Fungsi jaringan sosial dioperasionalkan dalam tiga kategori utama yaitu fungsi ekonomi, sosial, dan kelembagaan. Fungsi ekonomi berkaitan dengan kelancaran pasokan dan akses pasar; fungsi sosial terkait pembentukan kepercayaan, loyalitas, dan kohesi, sementara fungsi kelembagaan mencakup dukungan legalitas, pelatihan, serta promosi dari lembaga pemerintah dan perguruan tinggi. Fungsi yang tidak muncul dalam data lapangan tidak dimasukkan agar analisis tetap relevan dan berbasis bukti.

h. Hilirisasi Kopi

Hilirisasi kopi dioperasionalkan sebagai rangkaian aktivitas yang dilaksanakan langsung oleh Pabrik Kopi Sejati, yaitu roasting, penggilingan, penyortiran, pengemasan, distribusi lokal, dan pemasaran melalui media sosial. Tahapan hulu seperti budidaya serta hilirisasi lanjutan seperti inovasi produk turunan atau ekspansi pasar berskala luas tidak termasuk dalam batasan karena tidak dilakukan oleh pabrik. Dengan demikian, analisis hilirisasi berfokus pada proses yang dapat diamati secara empiris.

i. Aktor Jaringan Sosial

Aktor jejaring sosial dibatasi pada pihak-pihak yang memiliki interaksi langsung, berulang, dan signifikan terhadap proses produksi, pasokan, distribusi, dan dukungan kelembagaan. Aktor tersebut meliputi pemilik, pekerja inti, pemasok utama, tengkulak, pemilik lahan, pelanggan tetap, warung kopi, konsumen digital, serta lembaga pemerintah dan perguruan tinggi. Aktor yang tidak memiliki kontribusi jelas atau hanya terlibat secara insidental tidak dimasukkan agar analisis jejaring tetap fokus dan relevan.

j. Operasional Penelitian

Penelitian ini dibatasi secara operasional pada analisis jaringan modal sosial yang dilihat hanya dari perspektif internal Pabrik Kopi Sejati. Informasi dan data yang diperoleh dalam penelitian ini sepenuhnya bersumber dari informan yang berasal dari pihak internal perusahaan, seperti pemilik, manajer, karyawan, maupun pihak lain yang secara struktural dan fungsional berada dalam lingkup organisasi Pabrik Kopi Sejati.