

Identifikasi Kebutuhan Petani dalam rangka Pengembangan dan Pelestarian Kopi Robusta di Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung Melalui Pelibatan Pihak Ketiga

Wawan Mufti Sarjono, S.Hut
Balitbang Kabupaten Tanggamus
vavanovich@yahoo.com
Sumantri, S.Sos, M.Si
PPSDM Kemendagri Regional Yogyakarta
sumantrikulonprogo@yahoo.com

ABSTRAK

Pengamatan ini dilakukan dengan pengambilan data dan interview kepada responden berdasarkan potret masalah sesungguhnya di Kabupaten Tanggamus, yang melibatkan kelompok tani kopi Robusta. Hal tersebut untuk mengetahui kebutuhan kegiatan yang perlu didukung oleh stakeholder (CSR) sebagai penggalang dana. Diharapkan hasil pengamatan ini bermanfaat dalam mencapai efektivitas penggunaan dana CSR untuk pembinaan petani kopi di Kabupaten Tanggamus. Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dan bersifat deskriptif. Pengambilan data menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) dan hasilnya ditampilkan dalam bentuk diagram. Dari hasil pengamatan disimpulkan bahwa kebutuhan pembinaan petani kopi di Kabupaten Tanggamus yang mendesak adalah tentang pengendalian hama dan penyakit, penguatan kelembagaan, dan penggunaan iptek. Rekomendasi dari penelitian ialah perlu adanya forum yang anggotanya terdiri pemerintah, akademisi, kalangan bisnis, dan swadaya masyarakat, yang memiliki komitmen yang kuat untuk “pembangunan” kopi robusta di Kabupaten Tanggamus dan perlu disusun suatu *roadmap* pengembangan dan pelestarian kopi robusta di Kabupaten Tanggamus, yang isinya mensinergikan seluruh *stakeholders* terkait dari hulu sampai ke hilir sehingga dalam perencanaan program dan kegiatan untuk pengembangan dan pelestarian kopi robusta di Kabupaten Tanggamus lebih terarah, fokus dan menyeluruh.

Kata kunci: *kopi robusta, Tanggamus, CSR*

ABSTRACT

This observation taking data and interviews based on the portrait of the real problem in Tanggamus District, which involves the Robusta coffee farmer group. Its purpose is to find out the activities that need to be supported by stakeholders (CSR) as fundraisers. In hope that the results of this observation will be useful in achieving the effectiveness of using CSR funds to guide coffee farmers in Tanggamus District. The author uses a quantitative approach and is descriptive. Data retrieval uses a questionnaire and the result will be displayed in a diagram. It was concluded that the urgent need for coffee farmers in Tanggamus District was about pest and disease control, institutional strengthening, and the use of science and technology. The recommendations given are the need for forums whose members consist of government, academics, business circles, and non-governmental organizations, that have a strong commitment to "development" of robusta coffee in Tanggamus Regency and need to develop a roadmap for the development and preservation of robusta coffee in Tanggamus District that synergize all relevant stakeholders from upstream to downstream so that planning programs, development activities and preservation of robusta coffee in Tanggamus Regency is more focused, focused and comprehensive.

Keyword: *robusta coffee, Tanggamus, CSR*



A. PENGANTAR

Kabupaten Tanggamus terbentuk dan menjadi salah satu Kabupaten di Propinsi Lampung berdasarkan Undang-Undang Nomor 2 tahun 1997 yang diundangkan pada tanggal 3 Januari 1997 serta diresmikan menjadi kabupaten pada tanggal 21 Maret 1997. Pada tahun 2008 Kabupaten Tanggamus dimekarkan menjadi 2 (dua) wilayah, yaitu Kabupaten Tanggamus dan Kabupaten Pringsewu. Berdasarkan pemekaran tersebut, luas Kabupaten Tanggamus menjadi 2.721,88 km² dan terdiri dari 20 kecamatan.

Kabupaten Tanggamus memiliki komoditas unggulan berupa kopi. Kontribusi yang disumbangkan terhadap total hasil kopi di Provinsi Lampung ialah sebesar 30 persen. Seluruh perkebunan kopi ini dikelola oleh petani kopi yang sebagian besar merupakan perantau dari tanah Jawa. Kopi robusta adalah jenis utama yang banyak ditanam di wilayah Kabupaten Tanggamus.

Pada tahun 2012, luas perkebunan rakyat kurang lebih 44.883 Ha, dengan jumlah petani sebanyak 63.603 KK dan produksi sebesar 36.810 ton. Data pada tahun 2017 menunjukkan penurunan, yakni luas lahan sekitar 43.916 Ha, jumlah petani 48.949 KK, dan produksi 27.581 ton.

Penurunan luasan dan produksi kopi tersebut disinyalir karena adanya perubahan jenis tanaman yang diusahakan oleh petani kopi, antara lain menjadi tanaman kakao, pepaya California, dan kelapa sawit. Jika dibiarkan maka tanaman kopi robusta Tanggamus semakin berkurang padahal kopi merupakan komoditas unggulan Kabupaten Tanggamus dan telah dijadikan ikon dalam logo Kabupaten Tanggamus.

Berdasarkan hal tersebut, perlu dilakukan upaya-upaya yang sistematis dan berkelanjutan untuk mempertahankan identitas kopi robusta Tanggamus, dengan cara pengembangan dan pelestarian kopi robusta Tanggamus melalui pelibatan *stakeholders* terkait dikarenakan keterbatasan anggaran pemerintah daerah, antara lain menggunakan dana *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

Secara filosofis CSR atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSLP) merupakan bentuk kesetiakawanan karena perusahaan ikut menikmati sumberdaya daerah sehingga harus ada hubungan saling menguntungkan antara perusahaan



dan masyarakat di daerah untuk mewujudkan keadilan dan kemanfaatan. Oleh karena itu, harus ada keterpaduan antara TJSLP dengan rencana pembangunan daerah. Wujud kemitraan yang paling mendasar apabila setiap langkah TJSLP dan pembangunan daerah didukung oleh seluruh *stakeholders* dalam bentuk partisipasi.

Program CSR/ TJSLP pada dasarnya bukan suatu beban perusahaan karena menganggarkan dana yang cukup besar, tetapi harus dilihat sebagai hubungan timbal balik, yakni sebagai “balas budi” atas kebaikan daerah dan masyarakatnya dalam menerima kehadiran perusahaan. Jika masyarakat di sekitar perusahaan sejahtera, maka juga akan memberi dampak positif kepada perusahaan, baik membeli produknya atau ikut menjaga ketertiban lingkungan dan sebagainya. Apalagi program TJSLP sudah diatur melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang intinya mewajibkan kepada seluruh perusahaan untuk ikut melaksanakan program CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungannya.

Dalam hal ini perlu ditegaskan bahwa CSR berbeda dengan *charity* atau sumbangan sosial dan bersifat jangka panjang. Dengan penggunaan dana CSR diharapkan keterbatasan anggaran yang dialokasikan pada program pengembangan dan pelestarian kopi di Kabupaten Tanggamus akan dapat teratasi.

Pengamatan ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan kegiatan yang perlu didanai oleh CSR. Diharapkan pengamatan ini bermanfaat dalam mencapai efektivitas penggunaan dana CSR dalam hal pembinaan petani kopi di Kabupaten Tanggamus.

B. PERTANYAAN PENELITIAN

Apa sajakah, kebutuhan petani dalam rangka pengembangan dan pelestarian kopi robusta di Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung melalui pelibatan *stakeholders* terkait dikarenakan keterbatasan anggaran pemerintah daerah, antara lain menggunakan dana *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).



C. TUJUAN PENELITIAN

Untuk menemukan apa saja kebutuhan dalam rangka Pengembangan dan Pelestarian Kopi Robusta di Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung melalui pelibatan *stakeholders* terkait dikarenakan keterbatasan anggaran pemerintah daerah, antara lain menggunakan dana *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

D. TINJAUAN PUSTAKA

D.1 Pengembangan Kopi Robusta

Provinsi Lampung merupakan penghasil kopi Robusta terbesar di Tanah Air, dengan produksi rata-rata 100 ribu ton biji kering per tahun. Selain produksi yang cukup besar, kopi Robusta Lampung juga memiliki kekhasan cita rasa yang berbeda dengan kopi jenis serupa dari daerah lain. Kopi Robusta (*Coffea canephora*) mayoritas dibudidayakan para petani kopi di Lampung, dan hanya sebagian kecil yang membudidayakan kopi Arabika (*Coffea arabica*).

Dengan produksi yang cukup besar, memiliki cita rasa yang khas, serta puluhan ribu petani yang menggantungkan hidup dari komoditas andalan Provinsi Lampung itu harus juga dilestarikan sebagai salah satu warisan budaya Indonesia. Provinsi Lampung merupakan penghasil kopi Robusta terbesar di Indonesia dengan luas areal perkebunan mencapai 154.168 ha dan produksi 100.000 ton biji kering.

Bahkan ekspor nasional 70 persen kopi berasal dari Lampung. Potensi kopi Robusta di Lampung sangat luar biasa. Bahkan kopi Robusta Lampung telah mendapatkan Sertifikat Indikasi Geografis tanggal 13 Mei 2014 lalu, dengan lokasi Masyarakat Indikasi Geografis (MIG) di Kabupaten Lampung Barat, Way Kanan, dan Tanggamus. Di dunia hanya ada tiga negara penghasil kopi Robusta, yakni Indonesia, Vietnam, dan Brazil, sehingga pangsa pasar kopi Robusta Lampung masih sangat terbuka lebar di pasar Internasional.

Tanaman kopi merupakan penopang perekonomian masyarakat Liwa (Lampung Barat) yang telah berlangsung sejak lama. Pola budidaya kopi robusta liwa (Korola) masyarakat yang khas dan merupakan budaya keseharian masih terpelihara hingga saat ini. Hal ini terlihat masih banyaknya tanaman kopi yang



tinggi menggapai langit kesejahteraan pemiliknya dengan jarak tanam yang tergolong rapat. Panen kopi bukanlah satu-satunya yang diharapkan budaya masyarakat Liwa. Jekhuan atau batang kopi juga menjadi budaya masyarakat untuk menyediakan bahan bakar guna kegiatan Bebatok nayuh (gotong royong pesta) yang ada. Sehingga wajar muncul istilah *kupi khik jekhuan mak dapok tipisahkon* (kopi dan batangnya tidak bisa dipisahkan). Hal ini juga didukung dengan berbagai kejadian yang telah mereka alami. Salah satunya yaitu ketika tingginya curah hujan yang membuat kopi kurang produktif, ternyata untuk kopi yang mereka lakukan tingkat penurunannya tidak sedalam kopi yang diperlakukan dengan pemangkasan. Inilah salah satu mengapa dibuatnya tulisan ini.

Aneka tanaman yang menemani tanaman kopi juga menjadi bagian keunikan sebagai pola pertanian terpadu masyarakat yang juga perlu mendapatkan perhatian dalam melestarikan kopi robusta liwa (Korola) dalam kehidupan sosial masyarakat Lampung Barat. Untuk itu tulisan ini mencoba memperkaya khasanah budidaya kopi yang ramah terhadap kebiasaan sosial budaya masyarakat Liwa.

D.2 Budidaya Kopi Ramah Budaya

Tidak salah rasanya jika kami mengatakan pola yang akan kami sampaikan disini merupakan konsep budidaya kopi robusta liwa yang menghargai dan melestarikan budaya masyarakat Liwa dalam memelihara kopi tanpa mengabaikan konsep peningkatan pendapatan dengan adanya produksi kopi yang terjaga produktivitasnya. Gabungan jekhuan dan buah kopi suatu pemikiran yang mendasari pikiran kami.

Kerapatan tanaman kopi yang telah diwariskan di masyarakat Liwa (baca: Lampung Barat) dirasakan perlu dilakukan manajemen pemeliharaan secara intensif. Inilah masalah sekaligus sebagai jalan keluar peningkatan produksi kopi budaya masyarakat Liwa. Penataan tanaman yang ada dengan pola selang seling (satu disambung stek , satu kopi jekhuan) baik baris maupun susunan kolom tanaman kopi, begitu seterusnya dalam setiap barisan tanaman kopi yang ada.

D.3 Pemeliharaan Kopi Jekhuan

Kopi jekhuan, merupakan tanaman kopi yang dipanen kopi berikut jekhuannya dengan pengelolaan 3 batang secara berurutan dalam penebangannya



setiap bulan Agustus. Pada bulan tersebut pun dilakukan pemeliharaan tunas batang baru guna menjaga 3 (tiga) batang secara tetap.

Konsep pemeliharaan dilakukan dengan penamaan batang 1 merupakan lepas ngagung, batang 2 sebagai batang ngagung, dan batang 3 sebagai batang buah pangkal. Pemeliharaan tunas batang 4 diiringi dengan panen dan penebangan batang lepas ngagung, begitu seterusnya. Tentunya tanpa meninggalkan pola pemupukan yang baik tetap dilaksanakan sesuai aturan budidaya tanaman kopi robusta.

D.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya), perusahaan adalah memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Oleh karena itu, CSR berhubungan erat dengan "*pembangunan berkelanjutan*", yakni suatu organisasi, terutama perusahaan, dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau deviden, tetapi juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka yang lebih panjang. Dengan pengertian tersebut, CSR dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dengan cara manajemen dampak (minimisasi dampak negatif dan maksimisasi dampak positif) terhadap seluruh pemangku kepentingannya.

Menurut Kotler dan Lee, terdapat enam model CSR yang dapat diterapkan di perusahaan, yaitu: *Cause Promotion*, *Cause Related Marketing*, *Corporate Societal Marketing*, *Corporate Philanthropy*, *Community Volunteering*, dan *Socially Responsible Business Practice*.

Kotler dan Lee (2005) menyebutkan enam kategori aktivitas CSR yaitu:

1. Promosi Kegiatan Sosial (*Cause Promotions*)

Pada aktivitas CSR ini perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu kegiatan sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.

- a. Fokus utama dari kategori aktivitas CSR ini adalah komunikasi persuasif, dengan tujuan menciptakan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial.
- b. Menurut Kotler dan Lee (2005:51) beberapa tujuan komunikasi persuasif yang ingin dicapai oleh perusahaan melalui pelaksanaan *cause promotion* antara lain adalah: 1) menciptakan kesadaran dan perhatian dari masyarakat terhadap suatu masalah dengan menyajikan angka-angka statistik serta fakta-fakta yang menggugah; 2) membujuk masyarakat untuk memperoleh informasi lebih banyak mengenai suatu isu sosial dengan mengunjungi website tertentu; 3) membujuk orang untuk menyumbangkan waktunya untuk membantu mereka yang membutuhkan; 4) membujuk orang untuk menyumbangkan uangnya untuk kemanfaatan masyarakat melalui pelaksanaan program sosial perusahaan; 5) membujuk orang untuk menyumbangkan sesuatu yang mereka miliki selain uang.

2. Pemasaran Terkait Kegiatan Sosial (*Cause Related Marketing*).

- a. Ketika sebuah perusahaan menyatakan bahwa sebagian dari keuntungan atau penjualan produknya akan disumbangkan untuk kegiatan social tertentu, maka perusahaan tersebut sedang melakukan apa yang disebut sebagai *cause related marketing* (CRM).
- b. Pada aktivitas CSR ini perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk.
- c. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu serta untuk aktivitas derma tertentu.



- d. Untuk konteks Indonesia, pelaksanaan *cause related marketing* terutama ditujukan untuk kegiatan beasiswa, penyediaan air bersih, pemberian layanan kesehatan, pengembangan usaha kecil dan menengah.
- e. Dalam *cause related marketing*, perusahaan akan mengajak masyarakat untuk membeli atau menggunakan produknya, baik itu barang atau jasa, dimana sebagian dari keuntungan yang didapat perusahaan akan didonasikan untuk membantu mengatasi atau mencegah masalah tertentu.

3. Pemasaran Kemasyarakatan Korporat (*Corporate Societal Marketing*)

- a. Pada aktivitas CSR ini perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- b. *Corporate social marketing* ini dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk mengubah perilaku masyarakat (*behavioral changes*) dalam suatu issue tertentu. Fokus dari kategori aktivitas CSR ini adalah untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan: 1) Isu-isu Kesehatan (*health issues*), Kampanye *corporate societal marketing* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat yang memiliki dampak bagi kesehatan mereka. Misalnya : mengurangi kebiasaan merokok, HIV/AIDS, kanker, eating disorders, dll; 2) Isu-isu Perlindungan Terhadap Kecelakaan/Kerugian (*injury prevention issues*), Isu-isu tersebut mencakup keselamatan lalu lintas, pencegahan dari kejahatan, pencegahan dari pembajakan. Misalnya: keselamatan berkendara, pengurangan peredaran senjata api, dan lain-lain; 3) Isu-isu Lingkungan (*environmental issues*), Kampanye *corporate societal marketing* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat agar meninggalkan berbagai perilaku yang merusak lingkungan; 4) Isu-isu Keterlibatan Masyarakat (*community involvement issues*), Kampanye *corporate societal marketing* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk mengubah perilaku orang agar mereka lebih terlibat dalam kegiatan sosial masyarakat.



Misalnya: memberikan suara dalam pemilu, menyumbangkan darah, perlindungan hak-hak binatang, dll.

4. Kegiatan Filantropi Perusahaan (*Corporate Philanthropy*)

- a. *Corporate philanthropy* mungkin merupakan bentuk *Corporate Social Responsibility* yang paling tua.
- b. Pada aktivitas CSR ini perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, bingkisan/paket bantuan atau pelayanan secara cuma-cuma.
- c. Kegiatan filantropi biasanya berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan.

5. Pekerja Sosial Kemasyarakatan Secara Sukarela (*Community Volunteering*)

Pada aktivitas CSR ini perusahaan mendukung dan mendorong para karyawan, rekan pedagang eceran atau para pemegang *franchise* agar menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program. Bentuk dukungan perusahaan kepada karyawannya untuk melaksanakan program *community volunteering* antara lain:

- a. Memasyarakatkan etika perusahaan melalui komunikasi korporat yang akan mendorong karyawan untuk menjadi sukarelawan bagi komunitas.
- b. Menyarankan kegiatan social atau aktivitas amal tertentu yang bisa diikuti oleh para karyawan.
- c. Mengorganisir tim sukarelawan untuk suatu kegiatan sosial.
- d. Membantu para karyawan menemukan kegiatan sosial yang akan dilaksanakan melalui survey ke wilayah yang diperkirakan membutuhkan bantuan sukarelawan, mencari informasi melalui website atau dalam beberapa kasus dengan menggunakan software khusus yang akan melacak aktivitas sosial yang cocok dengan minat karyawan yang akan menjadi tenaga sukarelawan.



- e. Menyediakan waktu cuti dengan tanggungan perusahaan bagi karyawan yang bersedia menjadi tenaga relawan.
- f. Memberikan penghargaan dalam bentuk uang untuk jumlah jam yang digunakan karyawan tersebut sebagai sukarelawan.
- g. Memberikan penghormatan kepada para karyawan yang terlibat dalam kegiatan sukarela, seperti memberikan penghargaan berupa penyematan pin maupun pemberian plakat.
- h. Memperbaiki proses produksi, misalnya : melakukan penyaringan terhadap limbah sebelum dibuang ke alam bebas, untuk menghilangkan zat-zat yang berbahaya bagi lingkungan, menggunakan pembungkus yang dapat didaur ulang (ramah lingkungan).
- i. Menghentikan produk-produk yang dianggap berbahaya tapi tidak illegal.
- j. Hanya menggunakan distributor yang memenuhi persyaratan dalam menjaga lingkungan hidup.
- k. Membuat batasan umur dalam melakukan penjualan, misalnya barang-barang tertentu tidak akan dijual kepada anak yang belum berumur 18 tahun.

6. PRAKTIK BISNIS YANG MEMILIKI TANGGUNG JAWAB SOSIAL (*SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS PRACTICE*)

- a. Pada aktivitas CSR ini perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.
- b. Komunitas dalam hal ini mencakup karyawan perusahaan, pemasok, distributor, organisasi-organisasi nirlaba yang menjadi mitra perusahaan serta masyarakat secara umum.
- c. Kesejahteraan dalam hal ini mencakup di dalamnya aspek-aspek kesehatan, keselamatan, kebutuhan pemenuhan kebutuhan psikologis dan emosional.

E. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu menggambarkan bagaimana upaya-upaya yang sistematis dan berkelanjutan yang dilakukan dalam pengembangan dan pelestarian kopi robusta di Kabupaten Tanggamus.

Menurut Sugiyono (2013:2) mendefinisikan metode penelitian sebagai berikut: “Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan yang bersifat penemuan, pembuktian dan pengembangan suatu pengetahuan sehingga hasilnya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:147) memberikan pengertian mengenai metode deskriptif sebagai berikut: “Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi ” Pengambilan data menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner). Data yang diperoleh lalu didukung dengan data-data sekunder berupa dokumen dari organisasi atau instansi terkait (dokumentasi).

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada responden sebagai berikut.

Tabel 1. Data Sebaran Responden

No	Kelompok Tani	Alamat (Desa, Kecamatan)	Jumlah Responden (orang)
1	Maju Makmur	Ngarip, Ulu Belu	5
2	Sumber Jaya	Ngarip, Ulu Belu	5
3	Bina Tani Rindangan	Ngarip, Ulu Belu	5
4	Sumber Makmur	Air Naningan, Air Naningan	5
5	Sangarus Jaya	Air Naningan, Air Naningan	5
6	Gemah Ripah	Air Naningan, Air Naningan	5
7	Mekar Jaya	Sumber Mulya, Pulau Panggung	5
8	Sido Makmur	Sumber Mulya, Pulau Panggung	5
9	Mekar Raya	Sumber Mulya, Pulau Panggung	5



No	Kelompok Tani	Alamat (Desa, Kecamatan)	Jumlah Responden (orang)
10	Jati Mulyo	Campang, Gisting	5
11	Sumber Rejeki	Campang, Gisting	5
12	Sri Rejeki 1	Campang, Gisting	5
		Jumlah	60

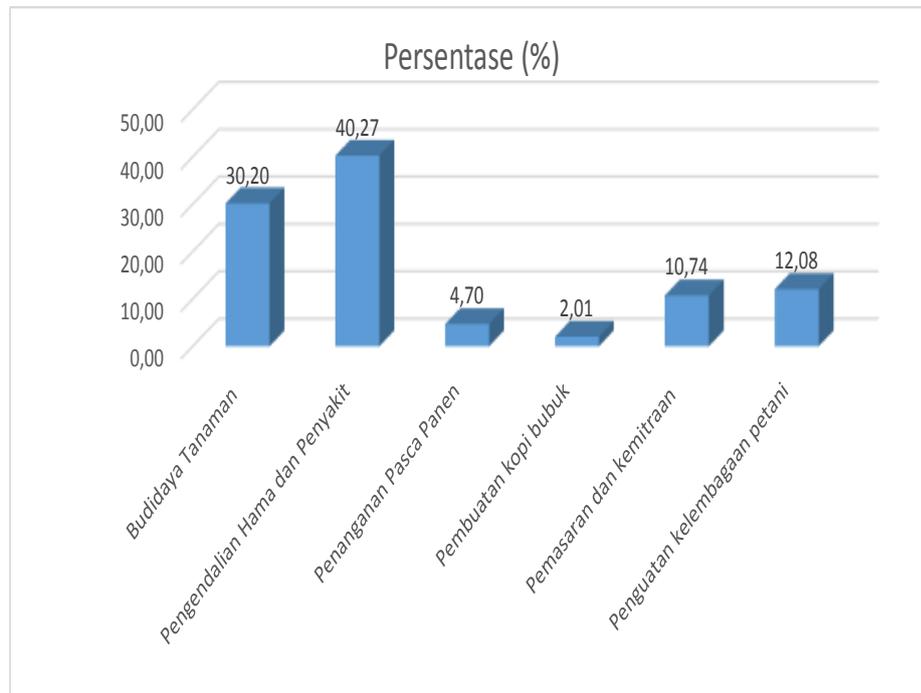
Instrumen pertanyaan kuesioner dibuat berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 49/Permentan/OT.140/4/2014 tentang Pedoman Teknis Budidaya Kopi Yang Baik (*Good Agriculture Practices/ GAP on Coffee*) dan Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 52/Permentan/OT.140/9/2012 tentang Pedoman Penanganan Pasca Panen Kopi.

Data dianalisis secara deskriptif, yakni teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data-data yang sudah dikumpulkan seadanya tanpa membuat generalisasi dari hasil penelitian dan ditampilkan dalam bentuk diagram.

Pengamatan dilaksanakan pada tanggal 24 sampai dengan 31 Mei 2018. Pelaksanaannya dibantu tenaga dari Dinas Peternakan dan Perkebunan dan karyawan Perusahaan PT Nedcoffe yang memiliki petani binaan di Kabupaten Tanggamus.

F. PEMBAHASAN

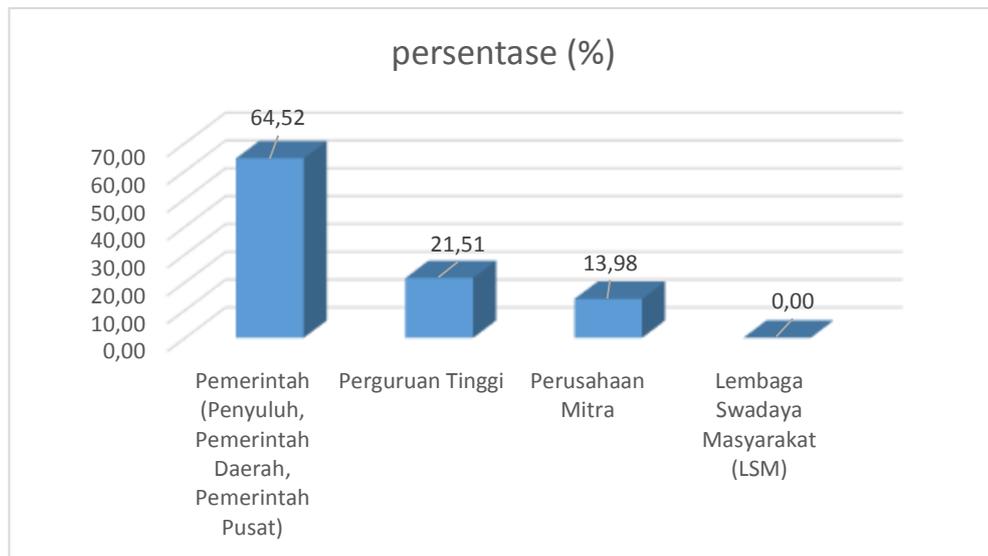
Dalam penelitian ini, pembahasan yang penulis buat merupakan kajian dampak inovasi yang telah dilaksanakan selama melaksanakan implementasi proyek perubahan Pendidikan dan Pelatihan Kepemimpinan Tingkat IV di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Dalam Negeri Regional Yogyakarta.



Gambar 10. Diagram hasil inventarisasi kebutuhan pembinaan petani

Dari gambar 10 diagram diatas dapat disampaikan kebutuhan petani yang saat ini dibutuhkan adalah tentang Pengendalian Hama dan Penyakit (40,27%). Hal ini dikarenakan banyaknya serangan hama dan penyakit yang terjadi, sementara tingkat pengetahuan petani masih rendah dalam hal penggunaan pestisida berlebih dan agen hayati dalam pengendalian hama dan penyakit. Penggunaan pestisida yang tidak terkontrol dapat menyebabkan kerusakan lingkungan bahkan mempengaruhi kualitas biji kopi di pasaran, dimana tingkat residu pestisida yang tinggi akan ditolak oleh pasar internasional. Perlu sekali pembekalan pengetahuan kepada petani untuk Pengendalian Hama Penyakit yang ramah lingkungan seperti pemasangan alat perangkap dengan senyawa penarik (misalnya: Hypotan) yang ditaruh di dalam alat perangkap (*trap*) dan Penggunaan Agen Hayati.

Adapun dalam hal instansi yang diharapkan untuk memberikan pembinaan petani dapat dilihat dalam gambar 11 Diagram hasil instansi yang diharapkan untuk memberikan pembinaan petani.



Gambar 11 Diagram Instansi yang diharapkan untuk memberikan pembinaan petani

Dari gambar 11 diagram diatas dapat dilihat bahwa instansi yang diharapkan untuk memberikan pembinaan petani berturut turut adalah Pemerintah (64,52%), Perguruan Tinggi (21,51%), Perusahaan mitra (13,98%), dan LSM (0%). Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat kepada pemerintah masih sangat tinggi terkait dengan pembinaan petani, selaras dengan tugas pokok dan fungsinya sebagai pelaksana kebijakan publik, pelayanan publik dan pemersatu bangsa. Hal ini bertolak belakang dengan LSM yang sama sekali tidak diharapkan oleh petani dalam hal pembinaan petani, mungkin karena *mindset* para petani jika mendengar kata LSM sudah berfikir negatif dahulu mengingat citra LSM di sebagian besar masyarakat masih sangat buruk. Padahal masih banyak LSM yang benar-benar berjuang untuk kemakmuran masyarakat.

Perguruan Tinggi dan Perusahaan mitra juga posisinya masih jauh dari yang diharapkan, mengingat selama ini peran Perguruan Tinggi belum signifikan dalam membangun “perkopian” di tingkat petani, sementara perusahaan meskipun sudah banyak memberi bantuan tapi masih mensyaratkan timbal balik dengan kebutuhan perusahaan dalam kualitas dan kuantitas, karena tuntutan keuntungan yang harus dipenuhi oleh perusahaan tersebut.

Penjaringan informasi penggunaan IPTEK di tingkat petani menunjukkan hasil sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Penjaringan Informasi Penggunaan IPTEK di Tingkat Petani

Kegiatan Budidaya Tanaman (GAP) dan Penanganan Pasca Panen (GHP)	Persentase
1. Pembukaan lahan	
a. Menggunakan tenaga manusia dan alat-alat pertanian kecil	98,33%
b. Menggunakan traktor dan mesin pengolah tanah lainnya	1,67%
2. Tanaman naungan	
a. Tidak ada tanaman naungan	4,23%
b. Ada tanaman naungan sementara	16,90%
c. Ada tanaman naungan tetap	78,87%
3. Bibit Tanaman	
a. Menggunakan bibit lokal	19,44%
b. Menggunakan bibit unggul lokal	62,50%
c. Menggunakan bibit unggul dari Pusat Penelitian Kopi/ Pemerintah Daerah	18,06%
4. Pengendalian Erosi	
a. Tidak ada	12,86%
b. Membuat Rorak/ lubang angin	68,57%
c. Membuat Teras Individu	8,57%
d. Membuat Teras Sabuk Gunung	5,71%
e. Membuat saluran drainase/parit-parit	4,29%
5. Penanaman	
a. Mengikuti cara menanam secara turun menurun	44,62%
b. Mengikuti sebagian pedoman penanaman yang diajarkan penyuluh pertanian	46,15%
c. Mengikuti seluruh pedoman penanaman yang diajarkan penyuluh pertanian	9,23%
6. Penyiraman	
a. Manual dan mengandalkan air hujan	96,67%
b. Membuat bak khusus penampungan air	3,33%
c. Membuat bak khusus penampungan air dan pipanisasi (<i>sprinkler</i>)	0,00%
7. Pemupukan	
a. Tidak pernah dipupuk	0,00%
b. Dipupuk tapi jarang	33,73%
c. Dipupuk sesuai anjuran dengan pupuk organik	44,58%
d. Dipupuk sesuai anjuran dengan pupuk kimia	21,69%



Kegiatan Budidaya Tanaman (GAP) dan Penanganan Pasca Panen (GHP)	Persentase
8. Membuat pupuk organik	
a. Tidak pernah membuat	12,31%
b. Membuat pupuk kandang	69,23%
c. Membuat pupuk organik menggunakan decomposer	18,46%
9. Pemangkasan	
a. Tidak pernah	2,41%
b. Dilakukan Pangkasan batang tunggal	37,35%
c. Dilakukan Pangkasan bentuk	20,48%
d. Dilakukan Pangkasan lewat panen/pemeliharaan	39,76%
10. Pengendalian Hama Penyakit	
a. Tidak Pernah	23,44%
b. Pemasangan Memasang alat perangkap dengan senyawa penarik (misalnya: Hypotan) yang ditaruh di dalam alat perangkap (<i>trap</i>)	21,88%
c. Penggunaan Agen Hayati	0,00%
d. Penggunaan Pestisida	54,69%
11. Rehabilitasi tanaman tua dengan sambungan	
a. Tidak Pernah	1,45%
b. Melakukan sambung sendiri	78,26%
c. Membayar orang untuk sambung	14,49%
d. Kegiatan sambung kopi dari bantuan Pemerintah	4,35%
e. Kegiatan sambung kopi dari bantuan perusahaan	0,00%
f. Kegiatan sambung kopi dari bantuan Lembaga Swadaya Masyarakat	1,45%
12. Diversifikasi usaha pada tanaman kopi	
a. Tidak Ada	0,00%
b. Tumpang sari dengan tanaman semusim (jagung, padi gogo, ortikultura (tomat dan cabe), kacang-kacangan, umbi-umbian)	3,33%
c. Tumpang sari dengan tanaman tahunan (petai, jengkol, pisang alpokat, jeruk, atau kelapa)	96,67%
13. Integrasi ternak dan tanaman kopi	
a. Tidak Ada	20,00%
b. Sapi	0,00%
c. Kambing	80,00%
d. Domba	0,00%
e. Lebah	0,00%
14. Pemanenan kopi	
a. Petik merah semua	0,00%
b. Petik sebagian merah dan sebagian masih kuning/hijau	100,00%

Kegiatan Budidaya Tanaman (GAP) dan Penanganan Pasca Panen (GHP)	Persentase
15. Pengolahan Pasca panen kopi	
a. Pengolahan Pasca panen kopi cara basah	0,00%
b. Pengolahan Pasca panen kopi cara kering	100,00%
16. Pengeringan kopi	
a. Dijemur langsung di atas tanah tanpa alas	15,87%
b. Dijemur dengan alas terpal	26,98%
c. Dijemur diatas lamtai jemur dan menggunakan alas terpal	57,14%
d. Menggunakan mesin pengering kopi	0,00%
17. Pengupasan kulit kopi	
a. Ditumbuk	13,33%
b. Dengan alat sederhana	15,00%
c. Dengan mesin Huller/ Pengupas kulit	71,67%
18. Sortasi biji kopi	
a. Dengan alat sederhana/ ayakan manual	90,00%
b. Dengan mesin sortasi/ ayakan mesin	10,00%
19. Pengemasan biji kopi dan Penggudangan	
a. Dimasukkan karung dan diletakkan di dalam rumah	96,67%
b. Dimasukkan karung, diberi label dan diletakkan di gudang sendiri	3,33%
c. Dimasukkan karung, diberi label dan diletakkan di gudang milik pemerintah dengan memanfaatkan resi gudang	0,00%
20. Pembuatan kopi bubuk	
a. Tidak membuat kopi bubuk (dijual dalam bentuk biji kopi)	95,08%
b. Membuat kopi bubuk skala industri rumah tangga	4,92%
c. Membuat kopi bubuk skala kelompok tani/ Usaha Kecil Menengah (UKM) dan memiliki merk dagang	0,00%

Dari Tabel 13 dapat dijelaskan bahwa informasi penggunaan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi di tingkat petani masih jauh dari yang diharapkan. Dari 20 instrumen kuisisioner, hanya beberapa yang telah diterapkan oleh mayoritas petani, yaitu: ada tanaman naungan tetap (78,87%), membuat rorak/ lubang angin (68,57%), melakukan sambung sendiri dalam rehabilitasi tanaman tua (78,26%), tumpang sari dengan tanaman tahunan (petai, jengkol, pisang alpokat, jeruk, atau kelapa) (96,67%), integrasi ternak kambing dan tanaman kopi (80,00%), penjemuran kopi di atas lamtai jemur dan menggunakan



alas terpal (57,14%), dan pengupasan kulit kopi dengan mesin Huller/ pengupas kulit (71,67%).

Instrumen yang lain sangat kecil persentasenya, bahkan ada beberapa instrumen krusial yang masih belum dapat dilakukan padahal instrumen ini sangat menentukan kualitas dari hasil kopi. Instrumen tersebut yaitu menggunakan bibit unggul lokal (62,50%), mengikuti cara menanam secara turun menurun (44,62%), penggunaan pestisida (54,69%), petik sebagian merah dan sebagian masih kuning/hijau (100,00%), serta pengemasan biji kopi dan penggudangan masih hanya dimasukkan karung dan diletakkan di dalam rumah (96,67%). Hal ini dapat menurunkan kualitas dan kuantitas hasil kopinya di masa yang akan datang.

D. KESIMPULAN

Dari hasil inventarisasi kelompok tani dalam kebutuhan pembinaan petani dan penjangkaran informasi/pengevaluasian penggunaan IPTEK di tingkat petani dalam budidaya tanaman dan pasca panen kopi tersebut di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kebutuhan pembinaan petani kopi di Kabupaten Tanggamus yang mendesak adalah tentang pengendalian hama dan penyakit, penguatan kelembagaan, dan penggunaan iptek.
2. Perlu adanya forum yang anggotanya terdiri pemerintah, akademisi, kalangan bisnis, dan swadaya masyarakat, yang memiliki komitmen yang kuat untuk “pembangunan” kopi robusta di Kabupaten Tanggamus.
3. Perlu disusun suatu *roadmap* pengembangan dan pelestarian kopi robusta di Kabupaten tanggamus, yang isinya mensinergikan seluruh *stakeholders* terkait dari hulu sampai ke hilir sehingga dalam perencanaan program dan kegiatan untuk pengembangan dan pelestarian kopi robusta di Kabupaten Tanggamus lebih terarah, fokus dan menyeluruh.



DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas
- Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 49/Permentan/OT.140/4/2014 tentang Pedoman Teknis Budidaya Kopi Yang Baik (*Good Agriculture Practices/ GAP on Coffee*)
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Peraturan Daerah Kabupaten Tanggamus Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah. *Dana Corporate Sosial Responsibility (CSR)*
- Direktorat Jendral Perindustrian dan Perdagangan. Departemen Perindustrian dan Perdagangan. 2013. *Statistik Perdagangan Kopi Dunia 2013*, Jakarta.
- Rahardjo, Pudji. 2012. *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Penebar Swadaya.
- Jakarta. Siswoputranto, P.S. *Kopi International dan Indonesia*. Kanisius : Yogyakarta
- Kotler, P. dan Nancy, L. 2005. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Melakukan Yang Paling Baik Untuk Perusahaan Anda dan Penyebab Anda*. Praktik Terbaik Dari Hewlett Packard, Ben & Jerry's, dan Perusahaan Terkemuka Lainnya. Jhon Wiley & Sons, Inc. Amerika Serikat.